



Rapport Extra-Financier

établi sur base volontaire

Nos engagements, en actions

A. Modèle d'affaires.....	4-7
A.1 Historique.....	4
A.2 Présentation du Groupe.....	4
A.3 Stratégie du Groupe.....	5
A.3a Concept magasin.....	5
A.3b Plan stratégique.....	5
A.4 Gouvernance responsable.....	6
B. Nos enjeux extra-financiers.....	8-10
B.1 La méthode d'analyse utilisée.....	8
B.2 Le résultat de l'analyse.....	9-10
C. Enjeux sociaux.....	11-15
C.1 Valoriser le Capital Humain.....	11-12
C.1a La fermeture du site logistique de l'Hospitalet.....	11
C.1b Agrandissement - EXOTEC.....	11
C.1c Avantages sociaux.....	11
C.1d Qualité de Vie au Travail.....	11-12
C.2 Fidélisation des compétences et Performance durable.....	12-15
C.2a Le développement des compétences des équipes.....	12
C.2b La dimension et l'exigence managériale.....	12-13
C.2c L'accompagnement des organisations.....	13
C.2d L'expérience d'intégration.....	13
C.2e L'accompagnement des carrières.....	13-14
C.2f Les communautés tuteurs et alternants.....	14
C.2g La modernisation des outils de recrutement.....	14
C.3 Action de promotion de la pratique d'activités physiques et sportives.....	14
C.4 Santé et sécurité des consommateurs.....	14-15
C.5 Solidarité et proximité.....	15
D. Enjeux environnementaux.....	16-22
D.1 La gouvernance sur les enjeux environnementaux.....	16
D.2 Lutte contre le réchauffement climatique.....	16-17
D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des produits distribués.....	17-18
D.3a Référencement des produits.....	17
D.3b Gestion responsable de nos approvisionnements en bois.....	17-18
D.3c Imprimés publicitaires.....	18
D.4 Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments.....	18-21
D.4a Performance énergétique des bâtiments.....	18-19
D.4b Gestion des déchets.....	19-21
D.5 Mobilité responsable.....	21
D.5a Evolution de la flotte automobile.....	19-21
D.5b Politique de déplacements professionnels.....	19-21
D.5c Sensibilisation des collaborateurs.....	19-21
D.6 Numérique responsable.....	22
E. Enjeux de gouvernance.....	22-23
E.1 Dispositif de lutte contre la corruption et le trafic d'influence.....	22
E.2 Protection des données personnelles.....	23
E.3 Actions en faveur des Droits de l'Homme.....	23
F. Note méthodologique.....	23-26
F.1 Contexte.....	23
F.2 Structure du rapport.....	23-24
F.3 Périmètre.....	24
F.4 Modalités de collecte.....	24-25
F.5 Process d'agrégation des données et définitions.....	25-26
F.5a Spécificité pour le calcul de l'effectif.....	25
F.5b Spécificité sur le taux de gravité.....	25
F.5c Spécificité sur le taux de fréquence.....	25
F.5d Spécificité sur le taux d'absentéisme.....	25
F.5e Spécificité pour le calcul du taux de tri des déchets.....	25
F.5f Spécificité pour le bilan des émissions de gaz à effet de serre.....	25-26
F.6 Exclusions spécifiques aux données environnementales.....	26
F.6a Tous types de données.....	26
F.6b Déchets.....	26
G. Tableaux d'indicateurs.....	27-28



Le Groupe Mr.Bricolage établit depuis plusieurs années une déclaration de performance extra-financière en application de l'article L.225-102-1 du Code de commerce. Cet article ayant été abrogé, il n'y a plus d'obligation légale d'établir cette déclaration. La directive CSRD («Corporate Sustainability Reporting Directive») devait impliquer la rédaction d'un rapport de durabilité pour le Groupe Mr.Bricolage. Le report du calendrier et le changement des seuils de soumission à cette obligation ayant été entérinés, le Groupe Mr.Bricolage n'est donc plus soumis à date à aucune obligation de publication de ses informations extra-financières.

Le Groupe a toutefois fait le choix, pour l'exercice clos le 31 décembre 2025, de poursuivre l'établissement, de manière volontaire, d'un rapport regroupant les informations extra-financières pertinentes sur ses activités.

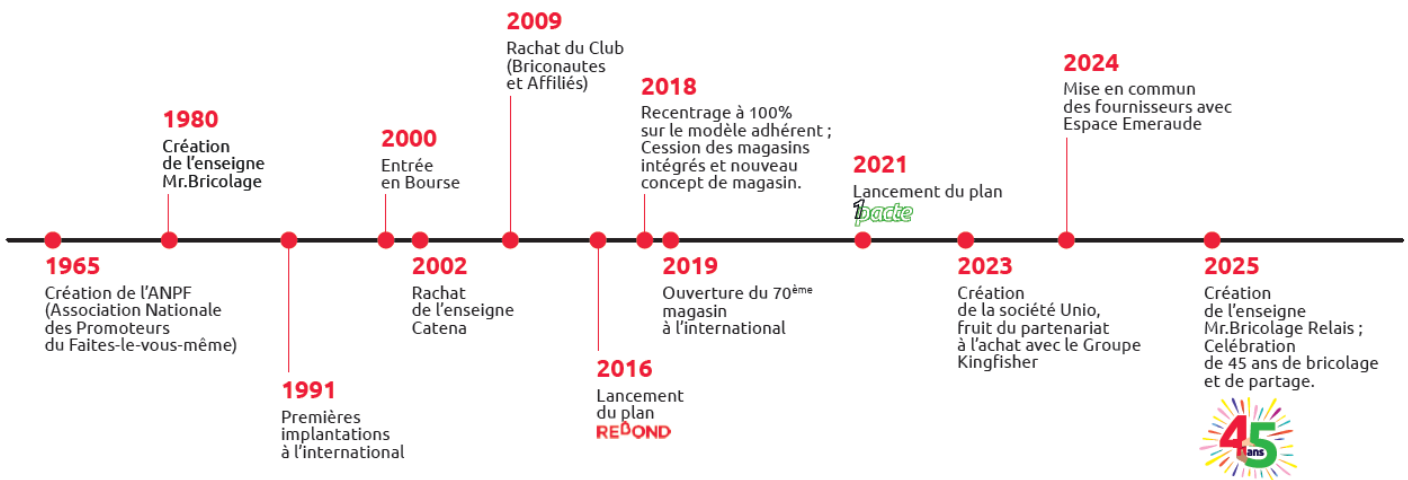
Pour cette publication, le Groupe s'est basé sur un référentiel propre, qui reprend les principales informations initialement demandées dans une déclaration de performance extra-financière. Pour certaines données, le référentiel reprend des éléments issus des normes établies pour l'établissement d'un rapport de durabilité. Mais, même si certaines terminologies proviennent de ces normes, nous attirons l'attention des lecteurs sur le fait que ce rapport ne peut être assimilé à un rapport de durabilité. La note méthodologique présente en fin de ce rapport apporte les éléments nécessaires à la compréhension du référentiel utilisé pour l'établissement de ce rapport.

Les informations publiées dans ce rapport ont fait l'objet d'une vérification par le cabinet BECOUZE, en qualité de commissaire aux comptes et d'auditeur de durabilité. Cette vérification effectuée conformément à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des Commissaires aux Comptes permet un niveau d'assurance limitée. Ce niveau d'assurance vise à conclure que les informations ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au référentiel établi par Mr.Bricolage.

Il est à noter que les déclarations de performance extra-financières antérieures étaient portées par la société ANPF (Action Nationale des Promoteurs du Faites-le-vous-même), en tant que société consolidante. Cette société holding a comme activité principale la gestion de titres de participation, ayant à ce titre un impact social, sociétal ou environnemental minime. C'est pourquoi ce rapport est établi au niveau de la société Mr.Bricolage SA, prenant en compte les activités de Mr.Bricolage SA et de ses propres filiales (Le Club, MB Log et Ifogeco).

A. Modèle d'affaires

A.1 Historique



A.2 Présentation du Groupe

Le Groupe Mr.Bricolage fédère les adhérents-entrepreneurs indépendants sur le segment de la proximité dans le domaine de la rénovation et de l'embellissement de la maison et du jardin. Il leur est proposé plusieurs alternatives :

- L'enseigne Mr.Bricolage, dotée d'une très forte notoriété et de nombreux services en contrepartie d'engagements réciproques formalisés au travers de contrats appelés « Charte de l'adhérent » ;
- L'enseigne Mr.Bricolage Relais, nouvelle enseigne créée en 2025 pour se rapprocher de ses clients et accélérer le développement sur le territoire métropolitain ;
- L'indépendance via le statut d'affilié, bénéficiant des conditions d'achats du Groupe, soit avec l'enseigne Les Briconautes, soit sans enseigne ou avec leur enseigne propre. Les affiliés sont liés par un « Contrat d'adhésion ».

La « charte de l'adhérent » et le « contrat d'adhésion » n'imposent pas d'obligation aux magasins en matière sociale, environnementale ou sociétale, autres que la protection de l'image de l'enseigne. Toutefois, le rôle du Groupe dans la mobilisation de ses magasins sur ces thématiques est bien présent dans le Plan stratégique de Mr.Bricolage (voir paragraphe A.3b Plan stratégique).

Le Groupe est organisé autour des sociétés ci-dessous, portant l'activité de Services aux Réseaux d'adhérents et affiliés :

- Mr.Bricolage SA est à la fois la société mère et la centrale de référencement, de services et d'animation des réseaux, ainsi que pour le service de vente en ligne mr-bricolage.fr ;
- Le Club est la centrale de référencement, de services, d'animation des réseaux Mr.Bricolage Relais et affiliés ;
- MB Log exploite l'entrepôt logistique intégré de Voivres-lès-le-Mans (72) ainsi qu'un entrepôt presté en région orléanaise ;
- La société Ifogeco est un organisme de formation professionnelle.

Groupe
Mr.Bricolage

LeClub

Mr.B
Log 

ifogeco

Les indicateurs et politiques sur les enjeux RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) décrits dans ce rapport portent sur ces 4 sociétés des Services aux Réseaux.

— A.3 Stratégie du Groupe

A.3a Concept magasin

Le magasin Mr.Bricolage s'appuie sur un concept qui repose sur plusieurs piliers :

- L'Entraide, le centre de la relation client en magasin. C'est un espace en libre-service pour être conseillé par des professionnels, un espace dédié aux animations et rendez-vous associatifs pour fidéliser les clients.
- Le Point service, le meilleur de l'expérience client. Adossé à la zone de caisse, cet espace présente tous les services proposés par les magasins dès le début du parcours client.
- Les Essentiels, la sélection gagnante. Il s'agit de produits du quotidien, nécessaires à l'entretien de la maison et qui se renouvellent régulièrement dans le foyer.
- Les produits à « moins de », les mini-prix Mr.Bricolage.
- Le déstockage, le coin des affaires. C'est un espace où les clients trouvent des produits à prix réduits toute l'année. Avec le coin des affaires, le magasin s'adresse à une communauté d'acheteurs soucieux de faire des économies tout en réduisant le gaspillage.

A.3b Plan stratégique

À la suite du succès de la transformation du Groupe et à son recentrage sur son activité cœur de métier des Services aux Réseaux, le Groupe met en œuvre le plan stratégique 1Pacte pour la période 2022 à 2025. Résolument tourné vers l'avenir et le respect des valeurs communes à l'ensemble des parties prenantes, 1Pacte a été défini pour appuyer le développement et la compétitivité du réseau tout en plaçant la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) au cœur de son modèle de développement.



Le plan 1Pacte combine 4 objectifs :

- L'Offre : l'élargissement et le renouvellement de l'offre de Mr.Bricolage, sa visibilité et son accessibilité en magasins et sur le web, en s'appuyant notamment sur la modernisation des entrepôts et le développement de la livraison directement des fournisseurs aux clients ;
- Les Clients : le renforcement de la connaissance clients pour mieux les servir et les fidéliser ;
- Les Réseaux : le développement du nombre de points de vente et l'accélération du déploiement du concept magasin.
- La RSE : porter le Groupe vers l'avenir et

l'inscrire dans une croissance durable à travers trois chantiers :

- L'environnement des magasins pour rendre les points de vente plus vertueux lors de leur construction et pendant leur exploitation ;
- L'environnement des produits pour mieux s'approvisionner et favoriser les produits dans une démarche écoresponsable ;
- L'environnement social pour améliorer la qualité de vie au travail des collaborateurs du réseau et du siège.

Pour atteindre ces 4 objectifs, le Groupe s'appuie sur 2 leviers :

- La poursuite de la transformation humaine de l'organisation, siège et réseau, c'est-à-dire :
 - L'amélioration de l'expérience collaborateurs au siège et en magasins pour fidéliser et attirer les talents ;
 - L'accompagnement resserré des équipes en magasin dans le déploiement du concept magasin ;
 - Le renforcement du lien de serviabilité entre le siège et le réseau, au bénéfice de la performance de toutes les entités du Groupe.
- La performance des systèmes d'information pour unifier et connecter les réseaux, optimiser l'efficacité à tous les niveaux de l'organisation et créer de nouvelles opportunités.

Pour mettre en œuvre ce plan stratégique, le Groupe a consenti des investissements importants pour financer en particulier la modernisation de la Supply Chain et des systèmes d'information, auxquelles se sont ajoutées des ressources allouées à la transformation des réseaux et le déploiement du concept magasin.

Si 2024 avait permis aux collaborateurs et adhérents de contribuer à élaborer les enjeux et les chantiers prioritaires du prochain plan stratégique, l'année 2025 a permis de le finaliser. Son nom est Puissance 1000, en référence au nombre de magasins détenus par le Groupe, et il sera mis en œuvre jusqu'en 2027. Puissance 1000 a été officiellement présenté au début de l'été 2025 aux adhérents et aux collaborateurs du Groupe. Ce plan fixe un cap clair : faire de Mr.Bricolage la marque n°1 du commerce indépendant de bricolage de proximité en France et à l'international et devenir le n°3 du marché du bricolage en France. Ce plan est articulé autour de quatre enjeux : la croissance, la transition écologique, la relation client et adhérent et l'engagement. Il vise à renforcer la compétitivité du Groupe et l'attractivité de son modèle d'indépendants de proximité sur le long terme.

— A.4 Gouvernance responsable

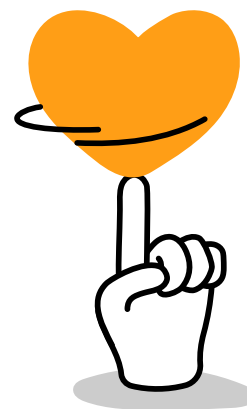
La Responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) n'est pas affaire d'une seule direction qui aurait la charge d'appliquer une politique. La démarche est insufflée aux cœurs des différents métiers du Groupe et, pour être pleinement efficace, partagée avec l'intégration des parties prenantes à différents niveaux :

- **Au niveau stratégique**, le plan « 1Pacte » inclut la RSE dans ses objectifs pour montrer l'engagement du Groupe dans ce domaine. Le plan « Puissance 1000 » porte la transition écologique comme un pilier majeur ;
- **Au niveau du Conseil d'Administration**, qui suit les avancées de la démarche et auprès de qui une revue annuelle est réalisée sur la Transition écologique ;
- **Au niveau de la Direction Générale et du Comité de direction (CODIR)**, qui s'assure de la mobilisation de toutes les directions sur les chantiers du plan stratégique et notamment du Secrétariat général et de la Direction de la Transition écologique, de la Direction des Ressources Humaines et de la Transformation Groupe et de la Direction commerciale ;
- **Au niveau du Comité d'Éthique**, qui a vocation à porter le programme de lutte contre la corruption, d'étudier les problématiques rencontrées et les axes d'amélioration, de rendre compte de la performance du système de management anti-corruption et de traiter les signalements ;
- **Au niveau des collaborateurs**,
 - Le Comité social et économique (CSE), comme instance de représentation du personnel ;
 - La Commission santé, sécurité et conditions de travail (CSSCT), pour accompagner l'analyse des risques professionnels, l'adaptation et l'aménagement des espaces de travail, et à la mise en place d'actions de prévention des risques psychosociaux.;
 - La communauté des managers, pour enrichir la culture managériale, faire évoluer les pratiques et installer la méthode d'échange entre pairs de leurs expériences ;
 - La communauté des alternants et la communauté des tuteurs, pour accompagner l'intégration, l'apprentissage et la montée en compétences des alternants.
- **Au niveau des magasins**,
 - Les Groupes « Echanger et Construire » qui intègrent nos adhérents-entrepreneurs dans la construction des plans d'actions dont deux groupes sont liés à la RSE :
 - Ressources Humaines et transformation : pour l'harmonisation des pratiques RH et proposer une expérience des collaborateurs unifiée
 - Transition écologique Produits & Magasins : ce groupe a été constitué en 2024 avec des représentants d'adhérents dont un membre du conseil d'administration.

Il s'est réuni deux fois pour partager les réalisations et ambitions dans les deux domaines et identifier comment associer plus largement l'ensemble de la communauté des adhérents et des magasins à la démarche ;

- Les « rencontres internationales » qui permettent d'échanger avec les délégations représentant les magasins basés hors de France métropolitaine ;
- **Au niveau des fournisseurs**,
 - Un groupe « Ensemble pour la Transition » a été constitué en 2025 pour porter les engagements du Groupe sur notre offre de produits et de services (voir paragraphe D.3a Référencement des produits) ;
- **Au niveau des clients**,
 - la « communauté des Bricotesteurs » permet d'améliorer notre connaissance clients, de développer notre proximité, d'évaluer nos produits et services et de promouvoir notre marque propre inventiv ;
- **Au niveau du marché de la Grande distribution Spécialisée du Bricolage (GSB)**, en adhérent à la FMB (Fédération des Magasins de Bricolage et de l'aménagement de la maison) et en faisant participer des collaborateurs aux différentes commissions (Développement durable, Produits, Sociale et Formation)

Il est à noter que les trois comités de pilotage – COPIL RSE Magasins / Produits / Social – mis en place pour soutenir les chantiers RSE du plan stratégique 1Pacte, ont été arrêtés en 2025. Toutefois, chaque engagement porté par ces Copils est désormais porté par les comités ou groupes constitués avec nos parties prenantes décrits ci-dessus (Communauté « Ensemble pour la Transition », Groupe Echanger-Construire la Transition écologique...).



Les ressources que nous mobilisons

Nos ressources financières

- ✓ Capitaux propres consolidés de Mr.Bricolage = 170 610 K€
- ✓ Revenus issus des activités ordinaires : Ventes de marchandises = 204,9 M€ (dont Ventes e-commerce = 7,4 M€) Prestations de services aux magasins et fournisseurs = 82,7 M€



Nos services et outils métiers

- 2 entrepôts logistiques
- Un centre de formation ifogeco
- Des systèmes d'informations Groupe
- Un site web *mr-bricolage.fr*

Nos ressources environnementales

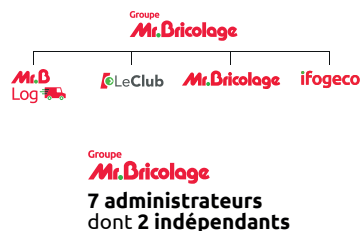
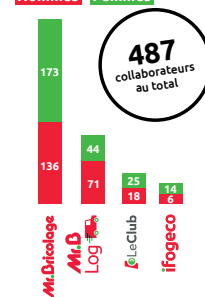
- 3 bâtiments physiques gérés directement par Mr.Bricolage
- Énergie consommée : 1 934 801 kWh



Notre organisation

Nombre de collaborateurs

Hommes Femmes



Notre identité d'enseigne

- Détention des Marques **Mr.Bricolage**, **Mr.Bricolage Relais**, **Briconautes**
- Marque de distributeur **inventiv**
- Concept magasin Mr.Bricolage



L'Entraide



Le Point service



Les Essentiels

Mr.Bricolage

Au 31 décembre 2025

Notre plateforme de marque qui définit ce que nous sommes et ce que nous voulons devenir



Héritage

Un regroupement d'indépendants
Notre moteur de croissance



Vision

Le bricolage pour gagner en autonomie
Des besoins du quotidien aux solutions du futur



Attitude

L'esprit commerçant
Une serviabilité adaptée aux attentes locales



Mission

Rendre le bricolage essentiel
Être au plus proche de nos clients dans la réalisation de leurs projets



Offre

Les outils de l'indépendance
Pour la maison et le jardin, et partout où on a besoin



Promesse

Gagner en pouvoir d'achat et en pouvoir de faire
A chaque maison ses conquêtes

Des services au réseau

Animation réseaux

- Mise en œuvre de la stratégie d'enseigne en magasins par le soutien de responsables régionaux
- Accompagnement magasins

Services support

- Soutien aux magasins sur diverses thématiques : systèmes d'information finance, développement durable

Digital et expérience client

- Définition de l'expérience client
- Digitalisation du parcours d'achats

Offre de services et de produits

- Définition de gammes produits et positionnement de la gamme distributeurs
- Négociations fournisseurs
- Référencement produits

Supply Chain

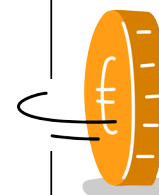
- Activité de logistiques, d'importation et d'exportation

Concept et développement

- Définition du concept marchand
- Recherche de nouveaux sites et partenaires en France et à l'international

Marketing publicité

- Stratégie de prospection et de fidélisation des clients



La valeur créée

Une performance économique partagée

- Chiffre d'affaire consolidé Mr.Bricolage = 287,6 M€
- EBITDA consolidé de Mr.Bricolage = 24,9 M€
- Résultat consolidé de Mr.Bricolage = 8,4 M€
- Actionnariat collaborateurs via le FCPE = 1,8% du capital de Mr.Bricolage
- Participation et intéressement salariés

Une enseigne en développement

- Implantation dans 11 pays



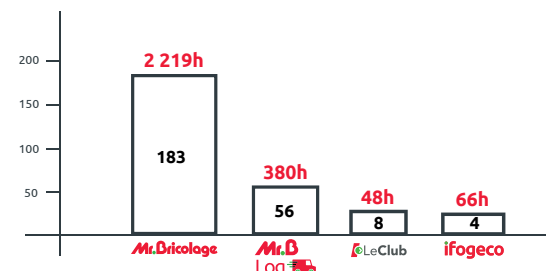
Enjeux environnementaux maîtrisés

Évolution consommation d'énergie = +1,6%
Déchets triés sur site : 82,76%



Des collaborateurs formés

Nombre de collaborateurs et d'heures de formation



B. Nos enjeux extra-financiers

— B.1 La méthode d'analyse utilisée

Le Groupe avait initialement déterminé ses enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux à partir d'une analyse des risques induits par ses activités. Après l'approbation de la directive Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), des normes ont été établies pour encadrer l'application de ce nouveau standard européen : European Sustainability Reporting Standard (ESRS). L'une de ces normes comprend la méthode d'analyse de double matérialité.

L'analyse de double matérialité est une méthodologie qui permet de déterminer si une question de durabilité (un enjeu environnemental, social ou de gouvernance) peut être considérée comme matérielle (importante) pour une entreprise.

L'analyse de double matérialité est constituée de deux dimensions :

- La matérialité d'impact qui évalue les impacts négatifs et positifs, réels ou potentiels, de l'entreprise sur la société et l'environnement à court, moyen et long terme.
- La matérialité financière qui évalue les risques et les opportunités financiers liés aux questions de durabilité sur l'entreprise à court, moyen et long terme.

Ainsi, une question de durabilité est considérée comme matérielle pour l'entreprise si elle répond soit aux critères de la matérialité d'impact, soit aux critères de la matérialité financière, soit aux deux.

Sans être soumis à cette directive CSRD, le Groupe s'est inspiré de cette méthode pour déterminer et hiérarchiser ses enjeux en suivant les étapes suivantes :

- Un univers large d'enjeux de durabilité potentiellement matériels pour Mr. Bricolage a été identifié. Plusieurs sources ont été utilisées : analyse des risques extra-financiers précédente, les Déclarations de Performance Extra-Financière antérieures, les enjeux proposés par les normes ESRS, analyse comparative d'entreprises intervenants dans le même secteur d'activités...
- Un atelier avec une vingtaine de personnes ayant des fonctions clés dans l'entreprise (Direction, Ressources Humaines, Finance, Logistique...), dont plusieurs membres du Comité de direction de Mr.Bricolage, a ensuite été organisé afin de sélectionner collectivement les questions de durabilité pertinentes et identifier les impacts, risques et opportunités associés.
- Après une étape de regroupement, 14 enjeux, environnementaux, sociaux et de gouvernance potentiellement, matériels ont ainsi été retenus afin que ceux-ci soient soumis à une analyse plus approfondie au travers d'une consultation de nos parties prenantes : collaborateurs, membres de fédérations représentant les distributeurs et les fournisseurs, des membres d'associations et parte-

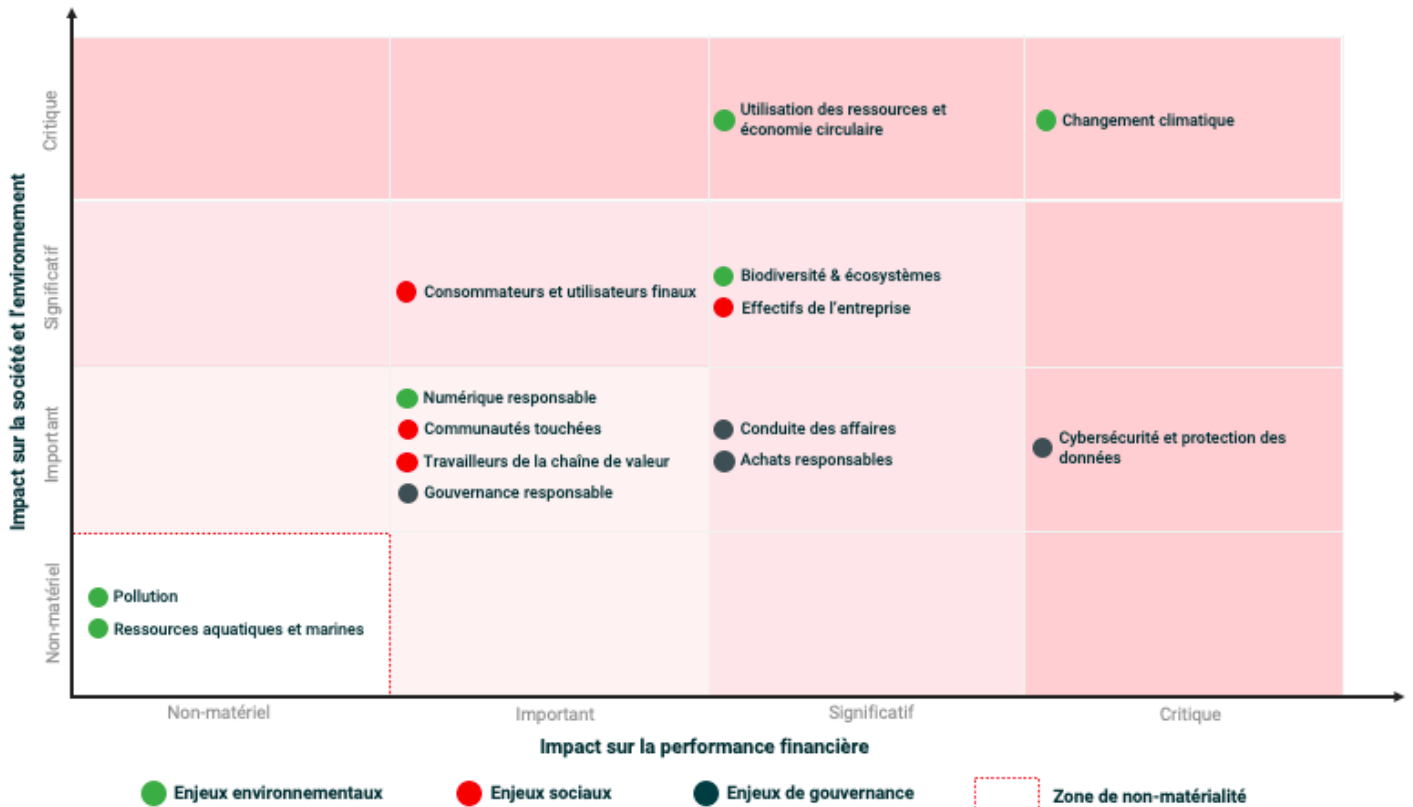
naires de Mr.Bricolage...

- Les résultats issus de la consultation des parties prenantes ont ainsi été analysés et scorés afin de hiérarchiser les enjeux en quatre niveaux :
 - Niveau 1 - Enjeux critiques : ces enjeux constituent des priorités stratégiques. Ils sont très importants pour la performance financière du Groupe, ainsi que pour l'environnement et la société
 - Niveau 2 - Enjeux significatifs
 - Niveau 3 - Enjeux importants
 - Niveau 4 - Enjeux non matériels : ces enjeux ayant un faible impact financier, environnemental et social, ils ne seront pas abordés dans ce rapport



B.2 Le résultat de l'analyse

Pour faciliter la lecture, les enjeux et leur niveau sont présentés dans le graphique ci-dessous. La légende permet de différencier les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance.



Les enjeux identifiés comme critiques sont deux enjeux environnementaux avec le changement climatique et l'utilisation des ressources, essentiellement liés à notre activité de référencement de produits. L'autre enjeu critique est un enjeu de gouvernance avec la cybersécurité et la protection des données.

L'analyse a positionné en enjeu significatif un enjeu environnemental sur la biodiversité, deux enjeux sociaux avec les effectifs et les clients-consommateurs et deux enjeux de gouvernance avec la conduite des affaires et les achats responsables. Il n'y a pas d'évolution majeure par rapport aux enjeux issus de l'analyse de risques utilisées les années précédentes au lieu de la méthode de double matérialité utilisée en 2025 :

- L'enjeu extra-financier qui était identifié comme significatif pour le Groupe (un enjeu significatif étant défini comme empêchant le Groupe d'atteindre ses objectifs, si aucune action n'était entreprise ou si les risques associés n'étaient pas maîtrisés) portait sur l'accompagnement des différents acteurs du Groupe à la transformation humaine de l'entreprise. Cet enjeu se retrouve sous l'enjeu « Effectifs de l'entreprise » qui est toujours identifié comme significatif pour le Groupe ;
- Les enjeux qui étaient précédemment identifiés comme prioritaires par le Groupe (un enjeu prioritaire étant définis comme nécessitant la mise en place d'actions spécifiques avec des moyens identifiés dédiés, sans remettre en cause l'atteinte des objectifs du Groupe) se retrouvent dans un ou plusieurs enjeux identifiés comme matériels :
 - Valorisation et développement de notre capital humain : cet enjeu se retrouve sous l'enjeu matériel « Effectifs de l'entreprise » ;
 - Réduction de l'empreinte environnementale de nos sites, de nos produits et de nos fournisseurs : cet enjeu se retrouve réparti dans les enjeux « Changement climatique » et « Utilisation des ressources et économie circulaire » qui sont classés comme critiques pour le Groupe dans l'analyse de double matérialité ;
 - Etablissement de relations de confiance avec nos partenaires : cet enjeu se retrouve réparti dans les enjeux matériels « Consommateurs et utilisateurs finaux », « Cybersécurité et protection des données », « Conduite des affaires », « Achats responsables », « Travailleurs de la chaîne de valeur », « Communautés touchées » et « Gouvernance responsable ».
- Il est à noter toutefois la mise en avant de l'enjeu environnemental « Numérique responsable » comme enjeu important qui devient donc un enjeu matériel. L'enjeu environnemental « Biodiversité et Ecosystèmes » n'apparaissait pas explicitement dans les enjeux du Groupe précédemment.

Les paragraphes ci-après de ce rapport permettent de présenter nos politiques, nos actions menées sur l'année 2025 et les résultats obtenus pour chaque enjeu identifié comme matériel. Les libellés de ces paragraphes ne reprennent pas systématiquement le libellé des enjeux matériels. Le tableau ci-dessous reprend donc, pour chaque enjeu matériel, le ou les paragraphes qui traitent des politiques et actions mises en œuvre :

	Enjeu	Paragraphe du rapport
Enjeux sociaux	Effectifs de l'entreprise	C.1 Valoriser le Capital Humain C.2 Fidélisation des compétences et Performance durable
	Travailleurs de la chaîne de valeur	E.3 Actions en faveur des Droits de l'Homme
	Communautés touchées	C.4 Santé et sécurité des consommateurs C.5 Solidarité et proximité
	Consommateurs et utilisateurs finaux	C.4 Santé et sécurité des consommateurs
Enjeux environnementaux	Changement climatique	D.2 Lutte contre le réchauffement climatique
	Biodiversité et écosystèmes	D.3b Gestion responsable de nos approvisionnements en bois
	Utilisation des ressources et économie circulaire	D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des produits distribués D.4 Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments
	Numérique responsable	D.6 Numérique responsable
Enjeux de gouvernance	Conduite des affaires	E.1 Dispositif de lutte contre la corruption et le trafic d'influence
	Achats responsables	D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des produits distribués E.3 Actions en faveur des Droits de l'Homme
	Cybersécurité et protection des données	E.2 Protection des données personnelles
	Gouvernance responsable	A.4 Gouvernance responsable



C. Enjeux sociaux

C.1 Valoriser le Capital Humain

C.1a La fermeture du site logistique de L'Hospitalet

Dans le cadre de la fermeture du site de L'Hospitalet et du recentrage des activités logistiques au sein du hub de Voivres-lès-le-Mans, l'équipe Capital Humain a veillé à conduire la procédure avec un haut niveau d'exigence sociale et un accompagnement individualisé des collaborateurs concernés. Aussi, un dialogue social régulier et transparent a été instauré tout au long du processus, permettant d'informer, d'écouter et d'accompagner chaque collaborateur dans ses choix. Une attention particulière a été portée au dispositif de Contrat de Sécurisation Professionnelle (CSP), pour lequel un accompagnement personnalisé a été proposé. Un seul collaborateur a fait le choix de ne pas adhérer au CSP.

La présence renforcée des équipes RH sur site a permis d'accompagner les collaborateurs dans la complétion des documents administratifs et dans leurs démarches individuelles. Par ailleurs, une cellule d'écoute psychologique a été mise en place pendant toute la durée de la procédure afin d'apporter un soutien confidentiel aux salariés qui en ressentaient le besoin. Dans une logique d'employabilité et d'anticipation, des actions de formation ont été proposées avant la fermeture du site, notamment des formations CACES, afin de favoriser le repositionnement professionnel de la majorité des collaborateurs.

C.1b Agrandissement - EXOTEC



Dans le cadre de l'agrandissement et de la modernisation des infrastructures logistiques, le déploiement de la solution d'automatisation EXOTEC au sein de l'entrepôt de Voivres-lès-le-Mans a marqué une étape structurante dans la transformation de l'organisation. Cette évolution technologique s'est accompagnée d'un plan de recrutement adapté aux nouveaux besoins en compétences. Une session de recrutement collective a été organisée en partenariat avec France Travail, favorisant l'attractivité du projet et l'accès à l'emploi local.

Plusieurs collaborateurs ont été recrutés en CDD pour accompagner la montée en charge de l'activité, avec des transformations en CDI pour certains

d'entre eux, traduisant la volonté du Groupe de sécuriser les parcours professionnels et de stabiliser les équipes dans la durée.

C.1c Avantages sociaux

• Intéressement

Un nouvel accord d'intéressement a été signé en 2025. Cet accord réaffirme la volonté d'associer les collaborateurs aux résultats et de renforcer le partage de la valeur créée.

• Abondement

Le Plan d'Épargne Entreprise (PEE) constitue un levier d'association des collaborateurs à la performance de l'entreprise. Les versements réalisés sur le FCPE Mr.Bricolage bénéficient d'un abondement de l'entreprise, révisé annuellement. Ce mécanisme permet d'encourager l'épargne salariale tout en renforçant l'engagement des collaborateurs dans la réussite collective du Groupe.

• Prévoyance

Pour accompagner les collaborateurs face aux aléas de la vie (arrêt de travail, incapacité, invalidité ou décès), l'entreprise a souscrit un contrat collectif de prévoyance venant compléter les garanties légales et conventionnelles. Ce dispositif participe à la sécurisation des parcours et à la protection des familles.

• Mutuelle

L'entreprise propose une mutuelle familiale prise en charge à 100 % par l'employeur. Ce choix traduit un engagement fort en matière de protection sociale, en facilitant l'accès aux soins pour les collaborateurs et leurs ayants droit.

• PERCOL

Le Plan d'Épargne Retraite Collectif (PERCOL) permet aux collaborateurs de constituer une épargne en vue de leur retraite dans un cadre fiscal et social avantageux. Il s'inscrit dans une logique d'anticipation et d'accompagnement des projets de long terme.

• Retraite PERO

Le dispositif de retraite supplémentaire PERO, accessible dès un an d'ancienneté, permet aux collaborateurs de se constituer une épargne retraite grâce à un financement de l'entreprise complété par des versements volontaires. Les sommes constituées sont redistribuées sous forme de rente lors du départ à la retraite, renforçant ainsi la sécurisation financière à long terme.

C.1d Qualité de Vie au Travail

La Qualité de Vie au Travail constitue un axe majeur de la politique sociale du Groupe. Une campagne d'entretiens spécifiques a été menée via le SIRH Nibelis afin d'assurer un suivi structuré des dispositifs en place.

• 370 entretiens relatifs au télétravail ont été réalisés. Ces échanges ont permis d'évaluer l'adéquation du dispositif aux réalités opérationnelles, d'identifier les ajustements nécessaires et de garantir le maintien d'un équilibre entre autonomie, performance et cohésion d'équipe ;

- 248 entretiens ont été conduits dans le cadre du suivi des forfaits jours des collaborateurs cadres. Ces temps d'échange ont permis de veiller au respect de la charge de travail, à l'articulation entre vie professionnelle et vie personnelle et à la prévention des risques liés à la surcharge ou à l'isolement.

Ces démarches structurées contribuent à renforcer la prévention des risques psychosociaux et à ancrer une culture de dialogue régulier entre managers, collaborateurs et Responsables des Ressources Humaines.

— C. 2 Fidélisation des compétences et Performance durable

En 2025, la Direction des Ressources Humaines et de la Transformation Groupe poursuit l'accompagnement des équipes autour du développement des compétences, du management et de l'évolution des organisations.

C.2a Le développement des compétences des équipes

• La formation des collaborateurs MBSA et MBLOG

L'équipe RH déploie un plan de développement des compétences inclusif, engageant et mesurable. Le lancement des plans de formation s'organise en deux temps : (1) actions légales et stratégiques dès janvier 2025 et (2) actions liées aux besoins individuels dès mars.

Les managers arbitrent les besoins en cohérence avec les priorités et le budget validé par le CODIR. En 2025, les orientations portent sur : l'intégration (packs e-learning, communication constructive), l'accompagnement des tuteurs, la gestion de projet, les soft skills, les formations légales et les formations métiers.

En 2025, le nombre d'heures de formation a diminué en raison d'une baisse des budgets dédiés au plan de formation, ce qui nous a conduit à prioriser les formations obligatoires, et donc un volume réduit de formations soft skills.

• Le développement des compétences du réseau

Ifogeco renforce l'accompagnement terrain avec 2 911 apprenants formés (présentiel, e-learning et blended learning).



A ce jour, l'offre e-learning propose :

- 87 modules E-learning ;
- 15 parcours de formation Blended Learning dont 5 en 100% distanciel ;
- 8 Formations en 100% distanciel
- 10 capsules managériales ;
- 1 titre professionnel ;
- 50 Formations en présentiel ;
- 4 offres de coaching.

C.2b La dimension et l'exigence managériale

L'exigence managériale reste un pilier de la politique RH.

• La poursuite de l'itinéraire du Manager

Tout nouveau manager suit un parcours de 11 mois. La promotion 2025 comptait 4 managers.

• Les capsules entre pairs Boost'up

Des capsules trimestrielles (1h30) dites Boost'Up entretiennent la dynamique managériale. Animées par Ifogeco, elles permettent aux managers d'échanger entre eux autour de quatre thématiques : (1) intelligence collective, (2) sens au travail, (3) application du CAR et (4) accompagnement des évolutions.

• Mes premiers pas de manager : un atelier pilote pour accompagner les nouveaux managers dès leur prise de poste

Pour les managers qui intègrent l'entreprise en cours d'année ou qui évoluent en cours d'année, un atelier Pilote est lancé fin 2025. L'atelier Mes premiers pas de Manager vise à embarquer le manager dans son nouveau rôle. Organisé le 17 décembre 2025, le premier pilote a réuni 6 nouveaux managers (évolution ou recrutement externe).

• L'accompagnement des équipes : recentrer le CAR

En 2025, les équipes RH et Ifogeco ont mis en place un atelier pour aider les managers à remettre le triptyque CAR - Compétence - Autonomie - Responsabilité – au cœur du fonctionnement de leur équipe. L'objectif est notamment de renforcer l'autonomie collective de l'équipe sans confusion avec l'indépendance individuelle, nuisible au collectif. *Est-ce encore pertinent ? Pourrait-on évoluer vers plus d'autonomie ? Comment aller plus loin ? Quel engagement collectif peut-on prendre ?* En 2025, 3 équipes ont réalisé l'exercice au sein de la société Mr.Bricolage SA.

• Lancement d'une formation dédiée au management multi-sites

Dans un contexte où l'enjeu est de nous rassembler vers une même vision Groupe, et le même objectif de performance, il est essentiel de mobiliser les équipes vers plus de proximité, d'efficacité et de transversalité. L'équipe RH souhaite accompagner les Managers d'une ou plusieurs équipes multisites (ou manager de collaborateur itinérant), à entretenir une dynamique d'équipe pour embarquer.

Accompagné de l'organisme Talenco, une formation Pilote Renforcer l'engagement, l'efficacité et

la performance des équipes multisites » est lancée en décembre 2025 auprès de 9 managers : renforcer l'engagement à distance, ajuster la posture managériale et définir un plan d'actions partagé.

• **L'évolution du format des revues de compétences et rémunérations**

En 2025, le format des RCR évolue vers une approche collective entre managers d'une même direction afin de croiser les regards et mieux évaluer les compétences, au service de l'organisation. Ces rendez-vous sont l'occasion pour chacun d'exprimer le bilan de l'année passée, ses attentes et projections, l'évolution individuelle de chaque collaborateur, les besoins en formation. En complément, des rendez-vous de suivi RH permettent d'ancrer les plans d'actions et les engagements managériaux.

• **Pilote : 360 Managers**

Une démarche 360° est testée auprès de 2 équipes pour renforcer la maturité relationnelle et enrichir l'évaluation des compétences managériales. Présentée en octobre 2025, elle sera expérimentée sur la base du volontariat début 2026.

• **L'accompagnement du management de la performance économique et sociale sur le réseau**

En 2025, le travail sur l'accompagnement de la Transformation se poursuit au travers des « journées du management de la performance » pour redonner du sens aux rituels managériaux et partager les bonnes pratiques entre pairs. Animées par le responsable de région et un formateur Ifogeco, 12 journées ont réuni 94 adhérents et directeurs de magasins.



C.2c L'accompagnement des organisations

La Direction RH poursuit l'accompagnement de l'évolution des organisations : analyses approfondies des pratiques et des périmètres, formulation de préconisations cohérentes d'évolution, accompagnement des managers et équipes dans la mise en œuvre de changements, suivi et retours d'expérience pour consolider les pratiques.

C.2d L'expérience d'intégration

Chez Mr.Bricolage, chaque nouvelle arrivée est bien plus qu'un recrutement. C'est le début d'une aventure humaine et professionnelle à laquelle

l'entreprise prête une attention toute particulière. Des collaborateurs bien accueillis sont des collaborateurs épanouis et performants. Cap intégration reste le rendez-vous clé pour embarquer les nouveaux collaborateurs. C'est un moment privilégié pour les nouvelles recrues, pour tisser des liens avec les nouveaux collègues et interlocuteurs. 3 réunions Cap intégration ont été organisées en 2025.

Pour renforcer toujours plus notre serviabilité et tisser des liens de confiance entre le réseau et la Centrale, les nouveaux collaborateurs ont été conviés à participer à un atelier « Favoriser la communication constructive avec nos adhérents et leurs équipes ». Cet atelier est animé par Ifogeco. En 2025, 4 ateliers ont été organisés en novembre et en décembre.

C.2e L'accompagnement des carrières

• **La mobilité interne**

L'équipe RH poursuit l'accompagnement des collaborateurs dans le cadre de la mobilité interne. En 2025, 14 postes ont été ouverts à la mobilité interne et 3 mobilités ont abouti dans ce process.

• **Les collaborateurs à fort potentiel**

A l'issue des revues de compétences et rémunération, les managers expriment les projets et les aspirations de leurs équipes. 38 collaborateurs au potentiel d'évolution important, désireux de grandir chez Mr.Bricolage et de progresser au sein de l'organisation, ont été rencontrés. Ainsi, la RH devance l'évolution du collaborateur et sa fidélisation.

Aussi, l'équipe RH a mis au point un parcours personnalisé, MB Perspectives, accélérateur de réussite et de performance. Par le biais d'immersions dans le quotidien opérationnel des experts métiers et de formations, il permet au collaborateur de :

- Mieux appréhender la réalité terrain du métier envisagé ;
- Acquérir une vision globale des enjeux et du contexte ;
- Confirmer ses capacités à prendre le poste tout en développant progressivement les compétences nécessaires.

Des points d'étapes réguliers sont organisés par l'équipe RH afin de garantir le bon déroulement de la mobilité. Le pilote MB Perspectives de 2025 a permis d'accompagner une collaboratrice de l'équipe Marketing, pendant 6 mois, à intégrer un poste stratégique : le métier de Chef de produits Acheteur.

• **Lancement de la démarche de Mentorat**

Au-delà des accompagnements dits « classiques » par la formation, l'équipe RH a voulu aller plus loin en 2025 avec une amorce sur le développement de l'entreprise apprenante : apprendre au contact de ses pairs. Mettre en place un accompagnement par Mentorat, c'est initier une relation d'échange, de soutien, d'apprentissage, dans laquelle une personne plus expérimentée (le mentor) accompagne une autre (le mentoré) dans son développement professionnel et personnel.

Le mentorat repose sur une relation volontaire, de

confiance, bienveillante et confidentielle. Les objectifs du programme sont :

- Sécuriser la prise de poste et accélérer la montée en confiance dans les nouvelles fonctions ;
- Favoriser l'évolution de la posture stratégique (leadership, influence, vision)
- Aider à décrypter la stratégie de l'entreprise et favoriser la prise de recul ;
- Développer la capacité à décider dans la complexité ;
- Soutenir le collaborateur dans les moments de doute et de pression ;
- Valoriser les petits pas, les apprentissages et l'évolution.

Deux collaborateurs dans les versions Pilotes en 2025

- 1 collaborateur qui accède au poste de Manager et qui doit attendre le lancement de la promotion IM ; mentoré par 2 managers experts au sein du Groupe ;
- 1 collaborateur qui doit faire évoluer sa posture et ses capacités d'organisation/de structure, mentoré par un collaborateur expert.

C.2f Les communautés tuteurs et alternants

Comme chaque année, l'équipe RH anime la Communauté des alternants composée des alternants déjà présents et de ceux qui intègrent l'entreprise. La promotion 2025 – 2026, qui compte 13 alternants (Mr.Bricolage SA et Filiales) a ainsi prévu : des afterworks, un calendrier de l'avent en partenariat avec la Happy Work Team, un déjeuner tuteurs-alternants, une action « On a échangé nos tuteurs – nos alternants », une visite de l'entrepôt du Groupe, une soirée estivale. En parallèle, l'équipe RH anime la Communauté des tuteurs. Pour la deuxième année consécutive, un atelier « Être tuteur Mr.Bricolage » est proposé aux tuteurs qui découvrent ce nouveau rôle. 9 tuteurs l'ont suivi en 2025.

C.2g La modernisation des outils de recrutement

La modernisation du recrutement se poursuit avec la plateforme Beetween, utilisée par de plus en plus de magasins. Par exemple, on dénombre 135 sollicitations de magasins pour accompagner leur recrutement et le paramétrage de 60 nouvelles offres d'emplois pour couvrir l'ensemble des besoins magasins.

Les chiffres sont très encourageants et témoignent de la pertinence de l'outil pour répondre aux besoins du terrain : +380 recrutements en 2025, +110 000 CV reçus, près de 130 offres présentes en permanence sur le site Carrières.

A noter : À la suite de la loi accessibilité numérique (juin 2025), le site carrière affiche un taux de conformité de 65 %. Les actions d'amélioration se poursuivront jusqu'en 2028.

C.3 Action de promotion de la pratique d'activités physiques et sportives

Le Groupe souhaite fédérer les équipes et créer de la cohésion interservices notamment par la mobilisation envers des causes ou simplement par la pratique du sport en prenant à sa charge les inscriptions des collaborateurs sur diverses courses locales. Cela a été notamment le cas dans le cadre d'Octobre rose, mois de sensibilisation et de prévention contre le cancer du sein. Des collaborateurs et adhérents ont participé à la onzième édition des Foulées roses organisées à Olivier (45).

Conscient que les activités physiques et sportives améliorent la santé, renforcent la cohésion, réduisent le stress et peuvent donc améliorer la performance globale de l'entreprise, le Groupe propose aux collaborateurs du siège des cours de sport. Accompagné par un coach sportif, sont proposées des sessions de Cross training et de Pilates. Pour faciliter ces activités sportives, des travaux ont également été lancés en 2025 pour installer des douches.

C.4 Santé et sécurité des consommateurs

Notre enjeu social ne se limite pas à nos collaborateurs mais s'étend à nos clients-consommateurs, et notamment par le contrôle des produits proposés à la vente.



Les produits font l'objet de contrôles réguliers afin de s'assurer de leur parfaite conformité avec les dispositions contractuelles, législatives, réglementaires et normatives françaises et européennes. Une équipe dédiée dans la coordination de ces contrôles en relation directe avec les fournisseurs de produits est rattachée à la Direction commerciale du Groupe. Une vigilance particulière est donnée aux informations présentes sur les emballages et les documents remis avec les produits pour prévenir tout risque dans l'utilisation des produits.

Dans l'hypothèse où les résultats d'un contrôle feraient apparaître qu'un produit testé n'est pas ou n'est plus conforme au regard de ces dispositions, le Groupe a établi une procédure de retrait ou de rappel de produits formalisant l'ensemble des mesures appropriées et indiquant la liste des personnes en charge pour remédier à la situation. La veille constante et les relations avec les administrations en charge des inspections permettent de limiter les impacts pour les clients.

Il est à noter qu'avec le développement de gammes de produits à Marques de Distributeur (MDD) ces dernières années, un contrôle renforcé des fournisseurs concernés a été mis en place. Des audits sont réalisés chaque année sur une sélection de fournisseurs. Ces audits évaluent les procédures et actions mises en place par les fournisseurs pour garantir la conformité réglementaire, le respect des conditions de travail, d'hygiène et sécurité, ... Chaque audit fait l'objet d'un rapport comportant un plan d'actions d'amélioration. Un dossier de spécifications techniques est établi permettant également de formaliser les engagements de chaque fournisseur.

Les dons des collaborateurs et des adhérents ont représenté un total de 983 kg de vêtements et de produits d'hygiène. Afin de continuer dans cet élan de mobilisation, nous avons fait appel à vous pour trier et préparer les cartons pour l'envoi.

— C.5 Solidarité et proximité



• Soutien d'une équipe du 4L Trophy

Solidarité et proximité sont deux valeurs fondatrices du Groupe. Durant l'année 2025, elles ont pu être mise en œuvre à travers la participation au « 4L Trophy », raid humanitaire en binôme, reliant Biarritz à Marrakech à bord d'une 4L aménagée par les participants. Cela contribue à aider la population marocaine tout en permettant de découvrir la richesse culturelle du pays.

Avec neuf magasins Mr.Bricolage implantés au Maroc, notre partenaire Brico Invest a décidé de s'associer à l'événement en fournissant des outils et du matériel scolaire (outils, peinture, meubles, cartables...) pour rénover et équiper des structures de l'association « Les Enfants du Désert » permettant l'accueil et l'éducation des enfants dans les régions marocaines.

En collaboration avec la Croix-Rouge française, le Groupe a soutenu l'association 4L Solidaire en organisant auprès des collaborateurs du siège une collecte de denrées alimentaires non-périssables qui ont été déposés au village de départ de la course 4L Trophy par une équipe soutenue par le Groupe.

• Raid humanitaire AX Africa Raid

L'initiative d'un collaborateur du Groupe a été relayée pour soutenir sa participation en octobre 2025 au raid humanitaire au Maroc « AX Africa Raid ». L'objectif était de transporter et distribuer du matériel médical à des personnes atteintes de diabète (fauteuils roulant, tensiomètres, vêtements...). Il a été possible de suivre les étapes du trajet de 5 000 kms à travers le Maroc.

• Collecte de dons pour Mayotte

Une collecte de dons a été organisée en janvier 2025, au siège, pour venir en aide aux collaborateurs Mr.Bricolage de Mayotte et à leurs familles, qui ont été touchés par le cyclone Chido.

D. Enjeux environnementaux

D.1 La gouvernance sur les enjeux environnementaux

Pour assurer la pérennité et la coordination des projets dans les domaines de l'environnement, la Direction Transition écologique et Secrétariat général centralise et répercute les informations sur les projets, veille au suivi des réglementations et assure la promotion des divers aspects des démarches environnementales dans le Groupe. Elle assure l'animation des groupes de travail avec nos parties prenantes sur les enjeux environnementaux.

Le groupe « Echanger et Construire la Transition écologique » a été mis en place en 2024 avec la participation d'adhérents. Ce groupe permet d'associer plus largement l'ensemble de la communauté des adhérents et des magasins à la démarche environnementale. Ce groupe s'est réuni deux fois en 2025 pour aborder les sujets suivants :

- La sensibilisation et la formation des collaborateurs internes et en magasin ;
- La revue des services proposés aux magasins sur la performance énergétique de leurs bâtiments ;
- La poursuite de l'intégration des critères environnementaux dans la sélection des fournisseurs et de l'offre produit.

Le groupe de fournisseurs intitulé « Ensemble pour la Transition » a été constitué en 2025 pour porter les engagements du Groupe sur notre offre de produits et de services auprès des fournisseurs. Deux réunions ont été organisées sur 2025 pour lancer la démarche, partager les résultats du bilan carbone de Mr.Bricolage et co-construire la grille des critères d'évaluation de la maturité des fournisseurs et de leurs produits aux enjeux de la transition écologique.

Les paragraphes ci-après rendent compte des plans d'actions de la politique environnementale du Groupe.

D.2 Lutte contre le réchauffement climatique

Le Groupe a défini sa stratégie environnementale pour participer à la lutte contre le réchauffement climatique et adapter ses activités pour réduire les risques liés à celui-ci.

Pour évaluer l'impact de ses activités, le Groupe a mené une étude sur ses émissions de gaz à effet de serre (GES) en utilisant la méthode du « bilan carbone » classant les émissions selon les 3 scopes de la norme ISO 14 064 :

- Le scope 1 correspond aux émissions GES directement émises par les activités du Groupe : cela correspond à la consommation de gaz (notamment pour la chauffage nécessaires pour l'exploitation des différents bâtiments (voir paragraphe D.4a Performance énergétique des bâtiments), ainsi que la consommation de carburant (diesel et essence) nécessaire pour le déplacement des collaborateurs utilisant la flotte automobile du Groupe, et enfin dans une moindre mesure la consommation de car-

burant (fioul) pour les systèmes de sécurité (tels que les systèmes d'extinction automatique d'incendie et les groupes électrogènes) et les émissions dues à d'éventuelles fuites de fluide frigorigène des systèmes de climatisation ;

- Le scope 2 correspond aux émissions GES indirectes associées à la consommation d'énergie : cela englobe pour le Groupe les émissions résultant de la production de l'électricité achetée par le Groupe pour le fonctionnement de ses bâtiments et de sa flotte automobile électrique ;
- Le scope 3 inclut toutes les émissions non directement sous le contrôle du Groupe : cela correspond aux émissions générées par les activités en amont et en aval des sociétés du Groupe, et notamment les produits et services, le transport de marchandise, les déplacements (professionnels et domicile-travail), la production de déchets et l'immobilisation de biens.

Les émissions GES des scopes 1 et 2 sont pour le Groupe évaluées pour 2025 à 375 tonnes équivalent CO₂. Cela représente 0.05% des émissions totales du Groupe pour 2025. Toutes les actions menées sur la maîtrise des consommations énergétiques, décrites dans le paragraphe D.4 Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments, permettent de baisser le poids des émissions des scopes 1 et 2. Les actions concernant les déplacements (voir paragraphe D.5 Mobilité responsable) participent également à la maîtrise des émissions de ces scopes.

Le scope 3 représente 789 816 tonnes équivalent CO₂. Les émissions dues à la commercialisation des produits sont la part la plus importante de ce scope, avec 785 934 tonnes, soit 99.46% des émissions globales du Groupe. Pour réduire cette part d'émissions, nous avons concentré les actions sur l'intégration des critères de référencement de nos produits et la mobilisation des fournisseurs sur la démarche de réduction des impacts environnementaux (voir paragraphe D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des produits).

Il est à noter que les émissions dues aux produits sont calculées sur la part des ventes par les magasins de produits référencés par le Groupe : cela comprend donc les produits achetés sur nos entrepôts logistiques et revendus aux magasins mais aussi les produits achetés directement par les magasins aux fournisseurs et revendus aux clients-consommateurs.

	Emissions GES 2025 (tonnes équivalent CO ₂)	Répartition
Scope 1	310	0.04%
Scope 2	65	0.01%
Scope 3	789 816	99.95%
Total	790 191	

Toutes les catégories d'émissions n'ont pas été mises à jour, en raison des délais de publication de ce rapport. Certaines catégories reprennent les données des années 2022 ou 2024 (voir pa-

ragraphe F Note méthodologique). Les données mises à jour – notamment associées aux produits vendus – représentent toutefois plus de 99% des émissions totales.

— D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des produits distribués

Le Groupe ne fabrique pas directement les produits qu'il vend dans ses réseaux de magasins. Il référence pour cela des fournisseurs qui fabriquent ou importent les produits. Le Groupe ne consomme donc pas directement de matières premières.

Le Groupe joue toutefois un rôle majeur dans les critères de choix de ces produits. Par sa position privilégiée vis-à-vis des fournisseurs, le Groupe peut influencer leur manière d'appréhender les enjeux environnementaux et provoquer des changements de comportements sources d'innovations et de gains mutuels. Des plans d'actions ont donc été mis en œuvre pour évaluer et maîtriser les impacts sur l'environnement des différentes gammes de produits et surtout ouvrir le dialogue sur ces enjeux entre les interlocuteurs internes du Groupe et les fournisseurs de produits.

D.3a Référencement des produits

• Process de sélection et organisation

L'ensemble des gammes de produits proposées dans le réseau Mr.Bricolage est concerné par la recherche de réduction de leurs impacts sur l'environnement et le respect des populations sur les lieux de fabrication.

Les outils sont développés et mis à disposition des chefs de produit acheteur pour les accompagner lors de la révision du référencement de produits. Cela permet de disposer à chaque phase de modalités de prise en compte des critères d'engagement sur les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux :

- En amont de l'appel d'offres, avec la préparation du cahier des charges, afin de définir les enjeux spécifiques à la gamme de produits concernés ;
- Durant l'appel d'offres, lors des échanges avec les fournisseurs sur les engagements du Groupe et leurs propres avancés sur ces sujets. Cela se formalise par un questionnaire spécifique aux enjeux environnementaux mais aussi sociaux et sociétaux. Ce questionnaire est mis à jour régulièrement pour prendre en compte les nouveaux enjeux ou ajouter des questions spécifiques sur certains engagements. Une analyse détaillée et un classement des fournisseurs sont donnés aux chefs de produits pour les accompagner dans la sélection du fournisseur le mieux-disant ;
- Après l'appel d'offres, une fois le fournisseur sélectionné, pour vérifier que toutes les caractéristiques sur les produits soient confirmées (par exemple en collectant des certificats, des résultats de tests...).

L'accent a notamment été mis sur la définition des gammes de produits à Marque De Distributeur (MDD). Le service en charge de la MDD au sein de

la direction commerciale a été renforcé. Le service a en charge désormais le déploiement et le suivi de la démarche d'éco-conception des produits à marque Inventiv.

• Communauté des fournisseurs engagés, « Ensemble pour la transition »

Le groupe de fournisseurs intitulé « Ensemble pour la Transition » a été constitué en 2025 pour porter les engagements du Groupe sur notre offre de produits et de services auprès des fournisseurs. Constitué dans un premier temps d'un nombre restreint de fournisseur, l'ambition est d'augmenter progressivement ce nombre en incluant à termes tous les fournisseurs significatifs en termes de chiffres d'affaires de produits vendus dans nos magasins

Deux réunions ont été organisées sur 2025 pour lancer la démarche, partager les résultats du bilan carbone de Mr.Bricolage et co-construire la grille des critères d'évaluation de la maturité des fournisseurs et de leurs produits aux enjeux de la transition écologique.

• Colloque RSE Fournisseurs

Dans le cadre des activités de la société Unio, entreprise commune avec Kingfisher France, qui a pour objectif de renforcer les liens avec les fournisseurs communs, un colloque RSE a été organisé pour la deuxième fois en 2025. Après l'économie circulaire et le climat en 2024, c'est la thématique de l'eau qui été abordée en 2025. Outre l'apport d'enseignement sur un enjeu environnemental ou social par des experts, les colloques permettent de mettre en avant des fournisseurs engagés dans une démarche d'amélioration de leur process et des produits qu'ils proposent. C'est l'occasion d'échanger sur les difficultés rencontrées mais aussi les opportunités de développement que cela apporte. Sur ce colloque de 2025, le sujet de l'égalité et l'inclusion a aussi été abordé avec notamment les solutions d'insertion des personnes en situation d'handicap.

D.3b Gestion responsable de nos approvisionnements en bois

Un critère important pour le référencement des produits est le respect de la politique du Groupe en matière d'approvisionnement en bois utilisé dans les produits. L'objectif de cette politique est de connaître et d'améliorer les sources d'approvisionnement en bois des fournisseurs référencés quelle que soit la gamme de produits concernée. Elle participe également à préserver la biodiversité en interdisant l'utilisation d'essences de bois considérées comme menacées pour la CITES (Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages) et l'UICN (Union internationale pour la conservation de la nature).

Pour poser cette politique, le Groupe a mis en place des partenariats avec deux organismes reconnus dans ce domaine :

- FSC® - Forest Stewardship Council,
- PEFC™ - Programme for the Endorsement of Forest Certification.

Ces partenariats permettent de toujours veill-

ler au respect des règles d'approvisionnement responsable des fournisseurs du Groupe ainsi qu'à l'accompagnement des acteurs internes et externes (acheteurs, magasins, fournisseurs, ...).

Avec le FSC[®], l'accent a été mis sur les procédures de validation des communications du Groupe (catalogues promotionnels...) pour garantir l'usage correct de la licence de marque FSC[®]. Cela renforce la visibilité de l'engagement du Groupe auprès de ses clients.

Le respect des référentiels FSC[®] et PEFC[™], comme critère de choix des produits référencés, permet également au Groupe de garantir le respect des travailleurs, des populations locales et des peuples autochtones sur les plantations et usines d'où provient le bois.

Il est à noter qu'un nouveau règlement européen a été publié en 2023 pour renforcer la lutte contre la déforestation. Son application a été reportée de deux années. Ce règlement va induire une adaptation de nos process internes ainsi que sur nos systèmes d'information.

D.3c Imprimés publicitaires

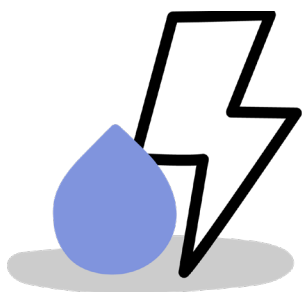
Pour assurer la promotion de l'enseigne et des produits qu'il distribue, le Groupe utilise comme supports des imprimés publicitaires (catalogues promotionnels, ...) en papier. Ils sont créés par le service communication de Mr.Bricolage SA. Les nouvelles sources d'approvisionnement de papier ont permis de proposer dès 2014 une majorité d'imprimés à base de papier recyclé. Il est à noter que le papier provient de sources respectant le référentiel PEFC[™] (Programme for the Endorsement of Forest Certification).

D.4 Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments

Le paragraphe ci-dessous permet d'approfondir les actions mises en place et résultats obtenus sur les thématiques de l'énergie et des déchets.

D.4a Performance énergétique des bâtiments

Le Groupe s'est fixé des engagements de maîtrise et d'économies d'énergie pour ses sites.



Actions tous sites confondus (indépendants et périmètre consolidé)

Un service de négociation des contrats de fourniture d'électricité et de gaz est proposé à tous les sites du Groupe. Face à la complexité des offres et la volatilité des marchés de l'énergie, ce service permet, avec des appels d'offres lancés péri-

odiquement sur un périmètre étendu (entités du Groupe et magasins adhérents ou affiliés), de mutualiser les volumes pour négocier dans les meilleures conditions avec les fournisseurs d'énergie. Nous avons lancé fin 2025 un nouvel appel d'offres pour négocier les contrats de fourniture d'énergie pour les années 2027 à 2029. Les résultats seront diffusés aux magasins utilisant ce service début 2026. Ce sera l'occasion de rappeler les bonnes pratiques et solutions développées pour maîtriser ses consommations énergétiques.

• Actions vers les magasins indépendants

Des actions de sensibilisation sont faites aux magasins du réseau afin de les inciter à :

- Maîtriser leurs consommations, en respectant des consignes et écogestes simples ;
- Investir dans de nouveaux équipements, avec des solutions référencées chez des partenaires.

Les principales solutions référencées portent sur :

- L'éclairage : un fournisseur d'éclairage LED permet de proposer à nos magasins une solution clé en main comprenant le dimensionnement, la fourniture des luminaires et leur installation. Cette solution est souvent la première étape d'un adhérent souhaitant entreprendre des travaux pour améliorer la performance énergétique de son bâtiment ;
- Le chauffage et rafraîchissement : un fournisseur de pompe à chaleur a été référencé, en intégrant un fluide frigorigène moins impactant pour l'environnement. L'accompagnement du fournisseur comprend toutes les étapes de l'étude à la maintenance ;
- Le pilotage : un système de GTB (Gestion Technique du Bâtiment) permet de mieux suivre les consommations, faire que les consignes soient respectées et les dérives détectées. La solution propose une adaptation aux contraintes de chaque magasin.
- La production photovoltaïque : sur l'impulsion de la réglementation mais surtout dans une perspective de maîtriser les tarifs de l'électricité (dans le cas d'une autoconsommation de l'électricité produite), une consultation a été lancée dès 2024 pour proposer aux magasins une liste de prestataires pouvant les accompagner sur la faisabilité d'un projet d'installation d'une centrale photovoltaïque jusqu'à la réalisation et l'exploitation complète avec un investissement direct par les magasins ou le financement par un tiers. Lors du salon de 2025, plusieurs de ces prestataires étaient présents pour aider les magasins à se positionner sur leur projet et lancer des études.

• Actions spécifiques aux sites du périmètre consolidé de ce rapport

Pour établir des plans d'actions de réduction des consommations d'énergie, des audits énergétiques ont été réalisés les années précédentes sur les sites du siège de Mr.Bricolage SA et des plateformes logistiques de MB Log. Les résultats de ces audits permettent d'évaluer les me-

sures et les travaux nécessaires afin de maîtriser les consommations d'énergie des différents sites. Le siège du Groupe a fait l'objet de nombreux travaux pour améliorer la performance énergétique (rénovation de l'éclairage en LED, mise à jour de la gestion technique centralisée pour le chauffage et la climatisation, ...). Le plan de sobriété énergétique se poursuit pour adapter les consignes (éclairage, chauffage) à l'engagement de maîtrise des consommations énergétiques.

Il est à noter notamment en 2025 le remplacement de plusieurs pompes à chaleur sur le siège du Groupe. Le suivi et les tests de plusieurs scénarios de paramétrage se poursuivent, afin d'améliorer la performance énergétique mais aussi le confort des collaborateurs sur le chauffage et le rafraîchissement des locaux. Cela participe également à l'adaptation des bâtiments aux conditions météorologiques extrêmes de plus en plus récurrents avec le changement climatique (canicule et pic de froid). En juin 2025, la plan Canicule a été diffusé aux collaborateurs du siège du Groupe afin de rappeler les bons réflexes au quotidien pour maintenir les espaces de travail au frais mais également en cas de signes de coup de chaleur chez un collaborateur.

Les consommations d'énergie consolidées pour l'année 2025 sont les suivantes :

	Consommation	Nombre de sites	Surface totale concernée	Ratio 2025	Ratio 2024	Ratio 2023
Electricité	1 464 617 kWh	3 Sites	44 624 m ²	32.82 kWh/m ²	31.46 kWh/m ²	31.81 kWh/m ²
Gaz	470 184 kWh	2 Sites	43 044 m ²	10.92 kWh/m ²	8.77 kWh/m ²	14.05 kWh/m ²

L'électricité est principalement utilisée pour couvrir les besoins d'éclairage mais également de chauffage et de rafraîchissement d'air (pour les bureaux). Le gaz est lui utilisé pour les besoins de chauffage.

La consommation d'électricité des sites s'élève en 2025 à 1,46 GWh pour 3 sites, contre 1,5 GWh en 2024 pour 4 sites. Le ratio de consommation de gaz passe de 8.77 kWh/m² en 2024 à 10.92 kWh/m² en 2025.

Il est à noter que la fermeture d'un de deux entrepôts logistiques gérés par la société MB LOG et la finalisation de l'agrandissement de l'autre entrepôt (voir paragraphe F Note méthodologique) ont fortement impacté l'évolution des consommations d'énergie. L'entrepôt logistique fermé durant l'année 2025 a une consommation d'énergie, sur les quelques mois de l'année 2025 où il était ouvert, de 251 505 kWh sur l'électricité et 85 702 kWh sur le gaz. Ces consommations ne sont pas prises en compte dans les indicateurs du tableau ci-dessus.

Les autres consommations d'énergie comme le fioul (utilisé notamment pour l'alimentation des moteurs de sprinklage) ou le gaz propane (utilisé notamment pour le fonctionnement des chariots élévateurs) sont globalement faibles et ne sont donc pas statistiquement exploitables.

D.4b Gestion des déchets

• Actions vers les magasins indépendants

Plusieurs gammes de produits sont concernées par la reprise obligatoire, par les magasins, des équipements en fin de vie des clients. En fonction de la surface de vente dédiée à ces gammes, les magasins doivent mettre en place des dispositifs de collecte et de traitement des produits ramenés par leurs clients. Conformément à la réglementation, le Groupe est adhérent au titre de Producteur auprès de plusieurs éco-organismes en charge de mettre en place les filières dites « REP » (Responsabilité Elargie du Producteur). Le Groupe finance les activités de ces éco-organismes en reversant une contribution pour chaque produit vendu de la marque Inventiv (MDD – Marque de Distributeur). Mr.Bricolage SA est d'ailleurs actionnaire de plusieurs de ces éco-organismes, afin de participer à l'organisation de ces filières.

Le Groupe négocie avec ces éco-organismes les solutions de reprise et impulse le déploiement en magasins. La multiplication des types de produits à reprendre auprès des clients nécessite l'adaptation des solutions aux magasins du Réseau car la majeure partie des magasins dispose de peu de place pour stocker ces produits repris.

- Le Groupe est en partenariat avec l'éco-organisme EcoSystem. Cet organisme regroupe les activités de collecte et de recyclage des équipements électriques et électroniques, des lampes et les petits extincteurs. Depuis 2025, cette éco-organisme gère pour nos magasins la fin de vie des piles et batteries. Ces équipements contiennent souvent des substances ou composants polluants pour l'environnement, mais ils comportent également un fort potentiel de recyclage des matériaux qui les composent.
- L'éco-organisme EcoDDS s'occupe de mettre en place la filière des produits chimiques. La collecte de ce type de produits se développe avec les campagnes successives. Les magasins bénéficient d'une solution adaptée pour la reprise des produits chimiques acryliques et solvantés. Cet éco-organisme est également habilité pour la gestion de la reprise de l'outillage du peintre.
- Le Groupe a également un partenariat avec EcoMaison qui traite plusieurs gammes de produits : les meubles et autres éléments d'ameublement, les articles de bricolage et jardin, ainsi que les produits de construction.

- L'éco-organisme Ecologic traite pour les magasins la fin de vie des machines motorisées thermiques.

En adhérant aux éco-organismes et en soutenant leurs démarches auprès des magasins indépendants, le Groupe participe à la réduction des impacts environnementaux de la fin de vie des produits, à la préservation des ressources naturelles et à la création d'emplois et d'un savoir-faire industriel dans le secteur du recyclage en France, tout en assurant la traçabilité de ces déchets considérés comme dangereux. Ces éco-organismes jouent également leur rôle dans le domaine de l'économie circulaire en créant les liens nécessaires entre les producteurs ou récupérateurs de déchets et les fabricants de produits qui ont besoin de matières.

Dans le cadre de l'anniversaire des 45 ans de l'enseigne Mr.Bricolage, un événement dédié à vente de produits d'occasion de bricolage, jardinage et décoration a été proposé aux magasins en 2025 : Le Grand Vide Garage. L'objectif était de donner rendez-vous aux riverains sur les parkings des magasins sur une date commune. Des supports de communication dédiés ont été créés pour l'occasion. Cela permet de promouvoir auprès des réseaux de magasins et de nos clients les notions de réemploi et seconde-vie des produits. Des campagnes de visites en magasin ont également été organisées durant l'année 2025 pour faire le point sur les obligations légales de reprise de chaque magasin et présenter les solutions pour organiser cette collecte.

• Actions spécifiques aux sites du périmètre consolidé de ce rapport

Les activités des sites génèrent deux types de déchets :

- Les déchets non dangereux dont les déchets industriels banals (carton, plastique, ...) et les déchets inertes (gravats, ...);
- Et les déchets dangereux (piles, accumulateurs, pots de peintures, produits chimiques, emballages souillés, équipements électriques et électroniques, ...).

L'objectif du Groupe dans la gestion des déchets produits ou récupérés auprès des collaborateurs demeure l'amélioration constante des points suivants :

- Le respect de la réglementation en vigueur ;
- Le tri des différents déchets valorisables, tels que le carton, le plastique ou le bois, non plus uniquement en centres agréés mais directement sur les sites quand les conditions le permettent ;
- Les solutions économiques et écologiques en capitalisant sur les bonnes pratiques de chaque entité et en recherchant des prestataires plus proches du site (réduction des trajets, ...).

Ces objectifs sont en cohérence avec la notion d'économie circulaire remis sur le devant de la scène ces dernières années, et qui s'est concrétisé en France par une loi dédiée publiée en février 2020. Le Groupe reste ouvert aux sollicitations de ses partenaires pour ainsi développer la collecte et la valorisation de ses déchets pour leur donner une seconde vie.

Deux opérations ont été organisées sur 2025 pour promouvoir l'économie circulaire auprès des collaborateurs du siège de Mr.Bricolage :

- Une collecte de textile, vêtements et accessoires au bénéfice de la régie de quartier Respire qui s'est chargée de le trier et de leur redonner une seconde vie ;
- En association avec notre partenaire Ecomaison, nous avons participé à la Grande collecte des jouets, qui ont été triés, réparés et remis en état par l'association Emmaüs pour partie et qui pour ceux trop abîmés ont recyclés par la Recyclerie AAA.

Les indicateurs consolidés de la production de déchets dangereux et non dangereux pour l'année 2025 sont donnés ci-dessous :

• Déchets non dangereux

	Tonnage		Nombre de sites	Surface totale concernée	Ratio 2025	Ratio 2024	Ratio 2023
Ensemble des déchets	321.49 T		3 Sites	44 624 m ²	7.20 kg/m ²	6.95 kg/m ²	7.07 kg/m ²
Déchets Industriels Banals non triés	55.43 T		3 Sites	44 624 m ²	1.24 kg/m ²	1.12 kg/m ²	1.22 kg/m ²
Carton	223.19 T		3 Sites	44 624 m ²	5.00 kg/m ²	4.20 kg/m ²	3.99 kg/m ²
Plastique	12.62 T		2 Sites	37 730 m ²	0.33 kg/m ²	1.50 kg/m ²	1.56 kg/m ²
Bois	11.93 T		3 Sites	44 624 m ²	0.27 kg/m ²	0.19 kg/m ²	0.27 kg/m ²
Gravats et autres déchets inertes	0.00 T		0 Site	0 m ²	0.00 kg/m ²	0.00 kg/m ²	0.00 kg/m ²
Autres déchets triés	18.31 T		3 Sites	44 624 m ²	0.41 kg/m ²	0.16 kg/m ²	0.32 kg/m ²
Taux de tri sur site					82.76 %	83.84%	82.79%

Le ratio de production de l'ensemble des déchets pour les sites s'élève à 7.2kg/m² (contre 6.95kg/m² en 2024). Cela représente 321.49 tonnes de déchets générés sur 3 sites (contre 331.5 tonnes en 2024 pour 4 sites).

Le carton, le plastique et le bois sont les déchets les plus triés. Le taux des déchets triés directement sur place dans les sites est de 82.76%. Il est à noter qu'un entrepôt logistique situé à Cahors (46) géré par la société MB LOG, filiale de Mr.Bricolage SA, a été fermé durant l'année 2025 (voir paragraphe F Note méthodologique). Le tonnage des déchets produits par ce site n'a pas été intégré dans le tableau ci-dessous. Cela représente un volume de 79.22 tonnes de déchets.

• Déchets dangereux

Les déchets dangereux sont générés en faibles quantités sur les sites du Groupe. Ils sont liés aux retraits de la vente de certains produits contenant des substances dangereuses ainsi qu'à la collecte de certains déchets auprès des collaborateurs (déchets d'équipements électriques et électroniques et piles/batteries).

En 2025, les 3 sites du Groupe ont fait traiter 6.67 tonnes de déchets dangereux (contre 20.97 tonnes en 2024 pour 4 sites). Le ratio de production de déchets dangereux est de 0,15 kg/m² en 2025 contre 0,44 kg/m² en 2024. L'entrepôt logistique de Cahors fermé courant 2025 a produit 6.66 tonnes de déchets dangereux sur l'année 2025.

Les différentes typologies de déchets dangereux produits par les sites du Groupe sont notamment les déchets issus :

- Des produits pâteux (peinture, colle, vernis...),
- Des équipements électriques et électroniques,
- Des piles ou accumulateurs
- Des aérosols
- Des poudres.

Le siège de Mr.Bricolage ainsi que la plateforme logistique de MB Log ont une solution de collecte et de traitement des déchets électriques et électroniques par convention d'enlèvement directement sur site avec l'éco-organisme EcoSystem. Les collaborateurs peuvent également ramener sur les sites leurs anciens équipements. Pour les autres déchets dangereux, les sites passent par des prestataires habilités pour le traitement de ce type de déchets.

— D.5 Mobilité responsable

D.5a Evolution de la flotte automobile

A compter du 1er janvier 2024, il a été décidé que tous les renouvellements des véhicules de la flotte automobile (gérée de manière centralisée pour tous les sites du périmètre de ce rapport) soient réalisés par des véhicules complètement électriques. A fin 2025, la part de ces véhicules et des véhicules hybrides rechargeables atteint désormais 61% des véhicules de la flotte. Le déploiement de ces véhicules se réalise conformément aux prévisions avec pour objectif à fin 2026 d'atteindre le 100% de la flotte en véhicules complètement électriques.

Le siège de Mr.Bricolage s'est doté de bornes de recharge pour véhicules électriques dès 2021. Ces bornes sont utilisables par les collaborateurs au-

tant pour les véhicules de fonction ou de service que pour les véhicules personnels. Avec l'évolution du nombre de véhicules électriques dans la flotte automobile, la consommation électrique de ces bornes augmente sensiblement, passant de 42 176 kWh en 2024 à 59 922 kWh en 2025, soit une augmentation de 42%.

D.5b Politique de déplacements professionnels



Les déplacements professionnels se trouvant directement concernés par les défis posés par le changement climatique. La politique voyage a été repensée afin de renforcer le lien avec notre ambition de décarbonation et des frais de déplacements professionnels revalorisés.

Les principes qui ont été posés dans cette politique de déplacement sont les suivants :

- Des voyages professionnels moins fréquents mais plus pertinents ;
- Prioriser le train par rapport à l'avion ou à la conduite sur longue distance ;
- Préférer dans la mesure du possible, des hôtels engagés en faveur du développement durable (signalés dans l'outil de réservation en ligne)
- Repenser les déplacements routiers avec le covoiturage, l'autopartage et les véhicules propres.

D.5c Sensibilisation des collaborateurs

La prévention des risques dus à l'usage des véhicules automobiles est un enjeu pour le Groupe tant pour les déplacements domicile-travail que les déplacements professionnels des collaborateurs.

Durant l'année 2025, deux actions de sensibilisation ont été organisées auprès des collaborateurs :

- « La semaine de la sécurité routière » : dans le cadre des « Journées de la sécurité routière au travail », un quizz journalier a été proposé, mettant en avant les risques associés à la conduite et les bonnes pratiques conseillées : vitesse, usage du téléphone, conduite sous emprise de l'alcool et des stupéfiants...
- La « Matinée de conduite préventive » : un atelier a rassemblé les collaborateurs ayant le plus de déplacements professionnels sur la prévention des risques routiers en proposant des mises en situation sur simulateur et en réel. Cela a permis d'acquérir les bons réflexes en situation de danger comme au quotidien pour assurer sa sécurité.

D.6 Numérique responsable



Élément majeur de la performance d'une entreprise, la digitalisation des usages entraîne l'augmentation de son impact environnemental. Une démarche de numérique responsable permet de maîtriser plusieurs enjeux : l'usage responsable des outils numériques, la gestion des équipements électroniques, l'éco-conception des services numériques et l'accessibilité numérique.

Un groupe de travail « Green IT » a été créé pour animer la démarche afin de modifier la manière d'utiliser les outils numériques et les équipements informatiques par les collaborateurs. Ce groupe de travail doit également établir les nouvelles modalités à adopter lors du référencement ou le développement de solutions ou outils digitaux, en intégrant notamment des critères répondant aux enjeux sociaux et environnementaux.

Le Groupe Green IT a proposé en 2025, après une première édition en 2024, une nouvelle sensibilisation sous forme de challenge aux collaborateurs : « 10 jours pour alléger sa boîte mail ». En rappelant le poids et l'impact environnemental d'envoyer et conserver des emails, les collaborateurs sont invités à faire du tri et notamment supprimer les emails inutiles. Cela a été l'occasion de rappeler quelques bonnes pratiques à appliquer au quotidien pour prolonger les efforts tout le long de l'année. En 2026, l'accent sera mis pour la sensibilisation sur l'archivage des données conservées sur les différents espaces de travail (serveurs, équipes teams, one drive individuel...).

Un autre enjeu porte sur l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle, gros consommateurs d'énergie et d'eau. Après des sensibilisations au niveau des collaborateurs en 2024, l'année 2025 a été consacrée à l'établissement des règles d'usage tant au niveau juridique qu'opérationnel. Le déploiement de ces règles sera organisé en 2026.

E. Enjeux de gouvernance

La gouvernance mise en place pour prendre en compte les enjeux environnementaux et sociaux décrite au paragraphe A.4 Gouvernance responsable permet d'établir les outils de dialogue mis en place avec les différentes parties prenantes du Groupe.

Les paragraphes ci-dessous permettent d'aborder des actions et organisations complémentaires aux

éléments déjà décrits dans les paragraphes précédents.

E.1 Dispositif de lutte contre la corruption et le trafic d'influence

La société Mr.Bricolage a engagé une démarche de lutte contre la corruption et le trafic d'influence, laquelle passe par la mise en conformité du Groupe avec la loi Sapin 2 du 9 décembre 2016 pour la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de l'économie. La conviction portée par le Groupe est que l'incarnation de ses valeurs fondatrices – serviabilité, solidarité, proximité – ne va pas sans un sens de l'éthique et que le maintien de l'intégrité en son sein saura garantir l'excellence opérationnelle et les intérêts du Groupe et de ceux qui le composent. De plus, cette démarche de lutte contre la corruption s'inscrit parfaitement dans le projet d'entreprise de la société Mr.Bricolage puisque la responsabilité sociale des entreprises (RSE) qui couvre l'éthique des affaires et la loyauté des pratiques est désormais au cœur de notre modèle de développement. C'est ainsi que la société Mr.Bricolage a mené auprès de ses filiales un travail d'identification des risques de corruption, au travers de nombreux entretiens avec ses collaborateurs, de l'analyse de l'existant et de l'activité du Groupe. La cartographie des risques a été mise à jour durant l'année 2022. Des fiches de risques ont été établies et des actions mises en œuvre.

La société Mr.Bricolage a en outre élaboré un code de conduite des affaires comprenant un dispositif de lutte contre la corruption et un dispositif d'éthique au périmètre plus large. Ce code, consultable sur le site mr-bricolage.com, a été intégré au règlement intérieur et s'impose à tous les collaborateurs. Deux sessions de formation sur les enjeux de la loi Sapin 2 ont été organisées en 2025.

La société Mr.Bricolage offre aux collaborateurs la possibilité, par le biais de sa ligne lanceur d'alerte gérée par un opérateur externe, d'effectuer en toute confidentialité des signalements relatifs à l'existence de conduites ou situations contraires au code de conduite des affaires, notamment, mais pas seulement, en termes de corruption.

Le Groupe Mr.Bricolage poursuit ses travaux concernant les contrôles, l'évaluation de l'efficacité des mesures prises et l'évaluation des tiers.

Dans le cadre des actions à mener conformément à la loi Sapin II et la nécessité de mettre en place une gouvernance sur le sujet, Mr.Bricolage a créé le « Comité Ethique », dont la première assemblée s'est tenue en 2024 et la deuxième au second semestre 2025. L'objectif de cette instance est de s'assurer du suivi de chacune des actions prévues par l'article 17 de la loi, figurant dans le plan de prévention de la corruption établi par Mr.Bricolage. Le Comité Ethique a ainsi vocation à porter le programme de lutte contre la corruption mis en place, d'étudier les problématiques rencontrées et les axes d'amélioration, de rendre compte de la performance du système de management anti-corruption et de traiter les signalements.

E.2 Protection des données personnelles



Le Groupe Mr.Bricolage a pris des engagements sur la manière dont sont traitées les données personnelles collectées dans le cadre de ses activités :

- **Transparence** : Lors de la collecte et du traitement des données personnelles en communiquant toute information sur la finalité et les destinataires des données ;
- **Légitimité** : collecte et traitement de données personnelles uniquement aux fins indiquées ;
- **Conservation & Sécurité** : collecte et conservation des données personnelles conformément à la réglementation et pour la durée nécessaire ;
- **Accès, rectification, opposition** : possibilité d'accéder, de modifier ou de corriger les données personnelles ainsi que s'opposer à l'utilisation des données personnelles.

Un Délégué à la Protection des Données a été nommé. Il est joignable via une adresse générique dpo@mrbricolage.fr. Cette adresse comme les engagements sont diffusés sur le site marchand de Mr.Bricolage.

Un module e-learning en ligne sur le site IFOGECO accessible pour tous les collaborateurs a été développé sur la mise en application du Règlement RGPD. Plusieurs publications à destination des collaborateurs du Groupe et des magasins ont été également réalisées sur l'intranet du Groupe.

E.3 Actions en faveur des Droits de l'Homme

Les fournisseurs de produits référencés par le Groupe doivent respecter des engagements (et faire respecter ces engagements à leurs propres sous-traitants) sur les enjeux sociaux et environnementaux : respect des principes du Pacte Mondial établi par les Nations Unies, respect des bonnes pratiques commerciales (charte de bonne conduite FMB - Fédération des Magasins de Bricolage et de l'aménagement de la maison - et INOHA - anciennement Unibal, Les Industriels du nouvel habitat), respect de la réglementation sur le travail, conformité de leurs produits aux normes en vigueur, respect de la qualité des produits, traçabilité des constituants de leurs produits et autres éléments de protection de l'environnement, ... Ces engagements sont formalisés dans le contrat de référencement que tous les fournisseurs de produits signent chaque année avec Mr.Bricolage SA.

Mr.Bricolage SA a développé d'autres actions pour porter face à ses partenaires internes ou ex-

ternes, ses engagements en matière de Droits de l'Homme dans la conduite de ses différentes activités.

A ce titre, la société Mr.Bricolage a élaboré un code de conduite des affaires lequel est consultable sur le site mr-bricolage.com.

Ce code de conduite des affaires comporte un dispositif d'éthique rappelant, notamment, le respect de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et des conventions fondamentales de l'Organisation International du Travail, à travers ses engagements en termes de respect des droits de l'Homme, de condamnation du travail des enfants ou encore de diversité et de traitement équitable en matière d'emploi et de profession.

La société Mr.Bricolage demande par ailleurs à chacun de ses salariés un comportement personnel respectueux des autres.

Les collaborateurs de Mr.Bricolage SA ont la possibilité de contacter la ligne lanceur d'alerte, laquelle est notamment destinée à recevoir des alertes qui concerneraient les règles d'éthique énoncées par le code de conduite des affaires.

F. Note méthodologique

F.1 Contexte

Comme indiqué en préambule de ce rapport, le Groupe Mr.Bricolage n'est plus soumis à date à aucune obligation de publication de ses informations extra-financières. Mais il a fait le choix, de poursuivre l'établissement, de manière volontaire, d'un rapport regroupant les informations extra-financières pertinentes sur ses activités. Pour cette publication, le Groupe s'est basé sur un référentiel propre, qui reprend les principales informations initialement demandées dans une déclaration de performance extra-financière. Pour certaines données, le référentiel reprend des éléments inspirés des normes établies pour l'établissement d'un rapport de durabilité (issu de la Directive CSRD), et notamment la méthode d'analyse de double matérialité (voir paragraphe B.1 La méthode d'analyse utilisée). Même si certaines terminologies proviennent de ces normes, nous attirons l'attention des lecteurs sur le fait que ce rapport ne peut être assimilé à un rapport de durabilité.

F.2 Structure du rapport

L'objectif de ce rapport est de donner une vision objective des engagements, des politiques et des actions du Groupe Mr.Bricolage sur ses enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux.

Initialement obtenus à partir d'une analyse de risques, les enjeux pertinents pour le Groupe sont définis grâce à la méthode d'analyse de double matérialité. Le détail des modalités de mise en œuvre de cette méthode et des résultats obtenus sont donnés de manière détaillée dans le paragraphe B Nos enjeux extra-financiers.

La structure du rapport a donc été modifiée par rapport aux déclarations de performance extra-financières publiées les années précédentes :

- Les trois grands chapitres de ce rapport classent les données selon qu'elles traitent de thématique environnementale, sociale ou de gouvernance ;
- Chaque paragraphe dans ces chapitres aborde les engagements, les politiques et les actions développés par le Groupe pour tous les enjeux matériels identifiés ;
- Les titres de chaque paragraphe ne reprenant pas toujours le libellé d'un enjeu, un tableau donné à la fin du paragraphe B Nos enjeux extra-financiers permet de se repérer plus facilement.

— F.3 Périmètre

Le rapport extra-financier était consolidé au niveau de l'ANPF (société mère consolidante) jusqu'à 2024. A partir de 2025, il est consolidé au niveau du sous-groupe Mr.Bricolage S.A. et ses filiales, en tant que pallier volontaire. Par simplification, ce sous-pallier est intitulé « Groupe Mr.Bricolage » dans ce rapport. Comme pour les déclarations de performance extra financière publiées les années précédentes, les sites pris en compte dans ce rapport sont les sites rattachés juridiquement à la société Mr.Bricolage SA et ouverts au 31 décembre 2025.

Il est à noter les éléments d'information ci-dessous non pris en compte dans le périmètre :

- Le magasin Mr.Bricolage basé à l'Horme et géré par, la filiale de Mr.Bricolage SA, MB L'HORME, ouvert au public en avril 2023, a été cédé à un adhérent à effet du 1^{er} décembre 2025. Les données concernant ce site n'ont pas été prises en compte dans les indicateurs présentés dans cette déclaration car jugées non significatives : activité de commerce des magasins du Groupe portée par des sociétés indépendantes hormis MB L'HORME, effectif inférieur à 1.5% de l'effectif total et surface restreinte.
- La société Unio créée en 2023 est une entreprise commune avec Kingfisher France, dit joint-venture, qui a pour objectif de renforcer les liens avec des fournisseurs communs nationaux et internationaux, de leur proposer de nouvelles opportunités commerciales et de créer de la valeur ajoutée. Les données de cette société ont été exclues du périmètre de ce rapport : effectif inférieur à 1% de l'effectif total.

La variation de périmètre marquante pour 2025 est la fermeture de l'entrepôt exploité par MBLOG sur L'Hospitalet (46) et l'agrandissement de celui de Voivres-lès-le-Mans (72). Le Groupe modernise sa logistique pour améliorer la qualité de service rendus aux adhérents, renforcer sa productivité et les conditions de travail des équipes. Les travaux d'agrandissement ont fait passer la surface de stockage à 36 150 m² de l'entrepôt de Voivres-lès-le-Mans quand l'entrepôt de L'Hospitalet fermé avait une surface de stockage de 21 995m². Dans les différents paragraphes de ce rapport, les

données pertinentes de l'entrepôt de L'Hospitalet sont indiquées pour refléter l'exploitation de cet entrepôt sur une partie de l'année 2025.

Le Groupe ne contrôle majoritairement aucune filiale à l'étranger qui soit significative en termes de problématique environnementale ou qui emploie des salariés au 31 décembre 2025. Ainsi, les filiales étrangères ne sont pas prises en compte dans la déclaration.

— F.4 Modalités de collecte

Les modalités de collecte des données publiées dans ce rapport n'ont pas évoluées par rapport aux modalités utilisées pour l'édition des déclarations de performance extra-financière des années précédentes. Le rapport s'appuie sur une procédure écrite mise à jour chaque année, qui comprend la base de préparation dont les définitions et les procédures de contrôle des données.

La période retenue pour ce rapport est l'année civile.

Les sources des données quantitatives utilisées sont les suivantes :

- Pour les consommations d'énergie et la production de déchets : les documents de traçabilité réalisés par les prestataires permettant la consolidation annuelle des données pour plusieurs sites, accessibles par extranet mis en place par chaque prestataire ou directement envoyé par courriel par chaque prestataire,
- En complément pour la production de déchets : les factures émises par les prestataires pour chaque site,
- Pour les données sociales : des extraits des systèmes d'informations propres à Mr.Bricolage SA liés à la gestion des différentes entités du Groupe (SIRH ou système de paie) ;

Pour les données utiles pour le calcul des émissions de gaz à effet de serre : des factures, des extraits des systèmes d'informations propres à Mr.Bricolage SA (Base de données sur les Produits, ...), des enquêtes auprès des collaborateurs, des extraits comptables. Les sources des données qualitatives utilisées sont les suivantes :

- Le retour des collaborateurs des directions de Mr.Bricolage SA,
- Les politiques des différentes sociétés du Groupe, traduites par des accords.

Dans le cas de données manquantes, une extrapolation est réalisée selon les différents cas de figure suivants :

- Si la donnée manquante concerne les mois de fin d'année (par exemple, décalage entre la période de collecte des données et la date de réception des factures), si les données sont disponibles pour les mois de fin d'année de l'année N-1, ce sont ces données qui seront reprises ;
- Sinon, une moyenne est appliquée à partir des éléments des mois, dont les données sont présentes sur l'année N, précédents le mois concerné par la donnée manquante. Cette même règle est appliquée en cas de

données manquantes sur tout autre mois de l'année.

- En cas de données manquantes pour l'ensemble de l'année, les données des années précédentes sont utilisées si elles ne perturbent pas la lisibilité, la cohérence et l'évolution de l'indicateur publié. Une mention peut être indiquée pour préciser ces éléments dans le paragraphe concerné de ce rapport.

Spécificité pour les déchets dangereux

La méthode d'extrapolation décrite ci-dessus peut présenter un risque de sous-évaluation des tonnages pour les déchets dangereux. Les déchets dangereux font en effet l'objet d'enlèvements non réguliers contrairement aux déchets non dangereux qui ont des enlèvements mensuels. Il peut arriver d'avoir un enlèvement effectué sur l'un des mois de fin de l'année N-1 qui n'a pas été comptabilisé sur l'année N-1 et qui ne sera pas comptabilisé sur l'année N dans le cas d'un enlèvement effectué sur ce même mois en année N. En effet, dans ce cas, seul le tonnage concernant le mois de l'année N sera comptabilisé. Cette sous-évaluation ne présente pas un risque important de perturbation de l'analyse des données diffusées car ce cas de figure se rencontre rarement et les tonnages de déchets dangereux produits par le Groupe sont dans tous les cas faibles.

Il n'y a pas de distinction dans les données diffusées entre les volumes de déchets issus de l'exploitation du site (par exemple, remplacement des tubes fluorescents de la nappe lumineuse d'un site) et les volumes de déchets collectés auprès des clients. Cela concerne notamment les déchets d'équipements électriques et électroniques et les piles/accumulateurs qui peuvent être amenés par les clients.

— F.5 Process d'agrégation des données et définitions

Les données collectées sont saisies pour obtenir une consolidation des données pour les Services Aux Réseaux (représentant les activités des sociétés Mr.Bricolage, MB LOG et LE CLUB), et si cela est pertinent, l'activité Formation (représentant les activités de la société IFOGECO). Le paragraphe A.2 Présentation du Groupe donne le détail des activités du Groupe.

Le nombre de mètres carrés utilisé pour le calcul des indicateurs correspond à la surface des bâtiments des sites des Services Aux Réseaux.

Une comparaison avec les indicateurs des deux années précédentes est donnée afin de permettre l'analyse des évolutions.

F.5a Spécificité pour le calcul de l'effectif

L'effectif est défini par le nombre de personnes ayant un contrat de travail avec l'entreprise au 31/12. Incluant tous les types de contrat à durée indéterminée et déterminée, tous les salariés quel que soit l'horaire de travail ou le taux d'activité, les apprentis, et les salariés dont le contrat est suspendu en attente de la reprise de leur activité professionnelle (congé parental, congé sabbat

rique, congé création d'entreprise...); Excluant les stagiaires-école rémunérés ou non, les intérimaires, les sous-traitants et les mandataires.

F.5b Spécificité sur le taux de gravité

Le nombre de jours perdus correspond au nombre de jours ouvrés moyens entre la date du lendemain de l'accident et la date de reprise, quel que soit le temps de travail contractuel. Il est à noter que pour un arrêt de travail survenant l'année N-1 et continuant sur l'année N seront comptabilisés uniquement les jours perdus au titre de l'année du reporting.

F.5c Spécificité sur le taux de fréquence

Le nombre d'accidents avec arrêt comptabilise les accidents de travail et les accidents de trajet ainsi que les cas de rechute, si les périodes d'arrêt ne sont pas consécutives.

F.5d Spécificité sur le taux d'absentéisme

Sont inclus dans le taux d'absentéisme, les absences pour causes de maladie, de maladie professionnelle, et d'accident du travail.

F.5e Spécificité pour le calcul du taux de tri des déchets

Le taux de tri est obtenu en divisant le volume de déchets triés directement sur les sites par le volume total de déchets produits par les mêmes sites. Le taux de tri diffusé ne prend donc pas en compte le tri effectué par le prestataire sur ses propres centres de tri une fois l'enlèvement effectué. Cet indicateur « taux de tri sur site » n'est donc pas à confondre avec le taux réel de recyclage ou de valorisation des déchets.

F.5f Spécificité pour le bilan des émissions de gaz à effet de serre

Un bilan carbone a été réalisé avec l'accompagnement d'un prestataire spécialisé durant l'année 2024 sur la base des données d'activité de l'année 2022. Cela a permis de mettre en place les outils de suivi, de définir les modalités d'exploitation des données brutes et d'identifier les données d'activités les plus impactantes.

Dans le délai de publication de ce présent rapport, toutes les données ne peuvent être actualisées mais les données les plus impactantes pour le bilan carbone du Groupe (quantités vendues de produits, énergies consommées, volumes de déchets générés) sont actualisées avec les éléments de l'année concernée par ce rapport. Cela garantit une vision juste de l'impact du Groupe sur l'enjeu du changement climatique. Une mention peut être indiquée pour préciser ces éléments dans le paragraphe concerné de ce rapport. Les immobilisations (aménagements, machines) liées à l'agrandissement de l'entrepôt de Voivres ne sont pas prises en compte dans le bilan établi pour l'année 2025. En raison des hypothèses prises, de l'utilisation de ratios monétaires et de la non-mise à jour de certaines catégories d'émissions calculées les années précédentes, le niveau d'incertitude du bilan de GES est élevé.

Les sources des facteurs d'émission utilisés pour les calculs sont multiples : Base Empreinte®, Base INIES, FDES, fournisseurs de produits... Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques et à la qualité des données externes utilisées.

— F.6 Exclusions spécifiques aux données environnementales

F.6a Tous types de données

Sont exclus les sites dont les données manquantes (par exemple pour des sites ayant changé de fournisseurs d'énergie, ou ayant des dates de facturation différentes de l'année civile, ...) ou ayant subi une modification importante (déménagement, fermeture...) ne permettent pas une comparaison entre les sites sur une période annuelle. Si ce cas de figure existe pour l'année de la déclaration, alors les informations disponibles sur ces entités sont données dans les tableaux nommés « Sites non comparables ».

F.6b Déchets

Ne sont pas comptabilisés les déchets traités directement par les services de la ville ou de la commune (service porte à porte, déchetterie, ...) qui ne font pas l'objet d'un suivi ou d'une facturation détaillée et spécifique par ces services.

G. Tableaux d'indicateurs

VALORISER LE CAPITAL HUMAIN

Ifogeco		Le Club		Mb Log		Mr.Bricolage	
2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
En NB	En %	En NB	En %	En NB	En %	En NB	En %

Le Capital Humain

Effectifs au 31/12		19		20		47		43		137		115		311		309	
Répartition de l'effectifs au 31/12 par catégorie	Employés	-	0%	-	0%	7	15%	7	16%	80	58%	65	57%	21	7%	20	6%
	Agents de maîtrise	4	21%	5	25%	12	26%	15	35%	29	21%	25	38%	68	22%	64	21%
	Cadres	15	79%	15	75%	28	60%	21	49%	28	20%	25	22%	222	71%	225	73%
Répartition de l'effectifs au 31/12 par type de contrat	Contrat à durée indéterminée	19	100%	19	95%	46	98%	41	95%	135	99%	113	98%	297	95%	294	95%
	Contrat à durée déterminée	0	0%	1	5%	0	0%	0	0%	2	1%	2	2%	3	1%	4	1%
	Contrat d'Apprentissage	0	0%	0	0%	1	2%	2	5%	0	0%	0	0%	11	4%	11	4%
Répartition de l'effectifs au 31/12 par sexe	Femmes	13	68%	14	70%	22	47%	25	58%	47	34%	44	38%	176	57%	173	56%
	Hommes	6	32%	6	30%	25	53%	18	42%	90	66%	71	62%	135	43%	136	44%
Répartition de l'effectifs au 31/12 par groupe d'âge	moins de 30 ans	2	11%	3	15%	5	11%	7	16%	6	4%	10	9%	48	15%	41	13%
	de 30 à 39 ans	2	11%	1	5%	5	11%	6	14%	31	23%	26	23%	80	26%	78	25%
	de 40 à 49 ans	8	42%	8	40%	10	21%	8	19%	58	42%	43	37%	100	32%	98	32%
	plus de 50 ans	7	37%	8	40%	27	57%	22	51%	42	31%	36	31%	83	27%	92	30%

Les mouvements

Les embauches	CDI	2		1		1		3		7		8		17		29
Les départs	CDI	1		1		1		3		20		43		34		34

L'absentéisme

Taux d'absentéisme *			0.3%		1.7%		3.3%		2.0%		8.4%		7.4%		2.2%		2.4%
Répartition des absences* par durée (en Nbr de jours ouvrés)	Moins de 3 jours		67%		50%		53%		50%		38%		40%		53%		49%
	De 4 à 10 jours		33%		13%		35%		33%		31%		34%		20%		18%
	De 10 à 20 jours		0%		25%		0%		4%		7%		8%		10%		12%
	De 20 à 40 jours		0%		13%		6%		4%		11%		6%		8%		14%
	Plus de 40 jours		0%		0%		6%		8.3%		13%		12%		8%		7%
Taux de Fréquence			0		0		13.28		0		69.58		43.29		0		0
Taux de Gravité			0		0		0.39		0		1.8		1.7		0		0

*sont inclus les absences maladie, maladie professionnelle, accident du travail

TRANSFORMATION HUMAINE ET DEVELOPPEMENT DES HOMMES

Ifogeco		Le Club		Mb Log		Mr.Bricolage	
2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025

La formation

Nombre de collaborateurs formés

9	4	7	8	64	56	188	183
180 h	66 h	105 h	48 h	1033 h	380 h	3 312 h	2 219 h

Nombre d'heures de formation

Réduire l'empreinte environnementale des sites du Groupe

Unité	2025	2024	Évolution
-------	------	------	-----------

Performance énergétique des bâtiments

Consommation d'énergie (électricité, gaz)	kWh	1 934 801	1 903 734	+1.6%
Emission GES	Tonne équivalent CO2	790 191	NC	NC

Gestion des déchets

Tonnage déchets non dangereux	Tonnes	321.49	331.5	-3.02%
Taux de tri sur site	%	82.76%	83.84%	-1.3%
Tonnage déchets dangereux	Tonnes	6.67	20.97	-68%

Mr.Bricolage SA

1, rue Montaigne
45380 La Chapelle-Saint-Mesmin

Tel : **02.38.43.50.00**

Site corporate :
www.mr-bricolage.com

Site commercial :
www.mr-bricolage.fr